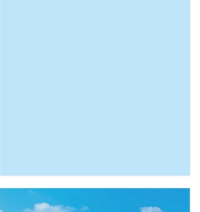
21世纪高职高专旅游系列规划教材

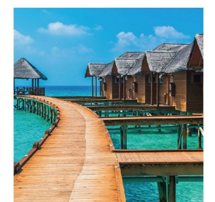
旅行社计调实务

（第2版）

主 编 叶娅丽 陈学春








说　明

本书电子版仅提供给高校任课教师使用，如有任课教师需要本书课件或其他相关教学资料，请联系北京大学出版社客服，微信手机同号：15600139606，扫下面二维码可直接联系。

由于教材版权所有限，仅限任课教师索取，谢谢！





21 世纪高职高专旅游系列规划教材

旅行社计调实务
(第 2 版)

主　编　叶娅丽　陈学春

副主编　方　澜　金玉玲

　　　　李　嘉　吉凤娟

北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书以计调工作岗位的职业能力分析结果为依据，打破传统教材的编排方式，以计调工作项目和工作任务流程为主线，对计调员在素质、知识、能力等方面提出了具体要求。本书按照循序渐进的学习规律及不同类型计调在实际工作中的操作流程及侧重点，将内容分为旅行社计调认知、国内接待计调实务、国内组团计调实务、出境组团计调实务、入境接待计调实务、自驾游计调实务和在线计调实务 7 个项目。

本书既可作为高职高专院校旅游类专业课程教材，也可以作为旅行社计调员业务培训教材，还可供广大旅游从业人员参考使用。

图书在版编目 (CIP) 数据

旅行社计调实务 / 叶娅丽，陈学春主编．—2 版．—北京：北京大学出版社，2020.6

北大版 · 21 世纪高职高专旅游系列规划教材

ISBN 978-7-301-31267-4

Ⅰ．①旅…　Ⅱ．①叶…②陈…　Ⅲ．①旅行社—企业管理—高等职业教育—教材　Ⅳ．① F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2020）第 030061 号

书　　名　旅行社计调实务（第 2 版）
LÜXINGSHE JIDIAO SHIWU（DI-ER BAN）
著作责任者　叶娅丽　陈学春　主编
策 划 编 辑　刘国明
责 任 编 辑　李瑞芳
标 准 书 号　ISBN 978-7-301-31267-4
出 版 发 行　北京大学出版社
地　　址　北京市海淀区成府路 205 号　100871
网　　址　http://www.pup.cn　新浪微博：@ 北京大学出版社
电 子 信 箱　pup_6@163.com
电　　话　邮购部 010-62752015　发行部 010-62750672　编辑部 010-62750667
印 刷 者
经 销 者　新华书店
787 毫米 ×1092 毫米　16 开本　18 印张　453 千字
2013 年 7 月第 1 版
2020 年 6 月第 2 版　2020 年 6 月第 1 次印刷
定　　价　49.00 元

第二版前言

本书第一版于2013年7月出版，采用了项目化设计，按照旅行社计调认知、国内接待计调实务、国内组团计调实务、出境组团计调实务、入境接待计调实务来设计项目教学，每个项目又按照典型的工作任务来组织教学内容。本书内容无缝对接行业实际，符合市场特点；教学环节设计具有科学性，符合学生的认知规律；教学资源丰富，便于教师参考和学生自学。由于以上特点，本书受到了省内外高职院校师生和旅行社员工的一致好评，被省内外很多高校选定为旅游管理专业和旅行社经营管理专业计调课程教材，也得到了旅行社管理者和计调人员的认可。

本书的改版基于3个原因。一是旅游业的快速发展，2013—2018年国务院、原国家旅游局、文化和旅游部(2018年3月组建)新出台了关于促进旅游业健康发展的政策，修订了一些旅游政策。同时，废除了一些过时的旅游政策。为了能在教学中与时俱进，需要对第一版教材进行修订。二是旅行社计调作为新的职业被纳入2015版《中华人民共和国职业分类大典》，这标志着计调身份在国家职业体系中首次得以确立。各个旅游院校和旅行社更加重视计调人才的培养，亟须加强实用型计调人才的培养。三是随着自驾游和在线旅游的快速发展，亟须在本书中增加自驾游计调和在线计调的内容。

为了使本书及时反映上述变化，本书主编叶娅丽对全书进行了修订，主要体现在以下几个方面。

(1) 结合读者提出的宝贵意见，认真进行了修正。

(2) 对项目1～项目5进行了优化。去掉了过时的内容，导入了一些新案例。

(3) 对项目2～项目5中各种计调的操作流程进行了重新归纳与提炼，使教材的实用性更强。

(4) 增加了项目6(自驾游计调实务)。本项目涉及的所有资料均来自大型旅行社自驾专线部，操作性较强。

(5) 增加了项目7(在线计调实务)。本项目内容是编者与旅行社员工经过反复探讨、归纳出来的。

(6) 修改了第一版的配套课件、课程标准、授课计划、同步练习题等配套教学资源。

由于编者水平有限，加之时间仓促，书中难免存在不足之处，编者真诚地希望广大读者提出宝贵意见。

叶娅丽

2019年3月

伍婷婷，四川省中国国际旅行社的梁东、吴建蓉、陈奇、郭倩，成都市京都旅行社的肖军、黄英、吴迪、蒋春梅，四川省中国青年旅行社的曾莉云、李玉洁、张慧，四川省新东方国际旅行社倪春艳等同志的大力帮助，并获得了旅行社真实的一线资料，增强了本书的实用性。在此，对以上各位的付出表示深深的感谢。另外，编者在编写过程中参阅了大量国内外研究资料，查阅了一些旅游网站，在百度等网站收集了一些风景图片和资料，仅作为教学范例使用，版权归原作者及网站所有，在此，对原作者表示诚挚的感谢。

由于编者水平有限，加之时间仓促，本书在内容、体例编排等方面尚有不足之处，敬请读者批评指正，以便今后再作修订，使之更加完善。

编　者

2013 年 2 月

目　录



旅行社计调认知

项目概述

本项目主要介绍旅行社和计调部的基础知识。首先，介绍旅行社的经营范围、主要业务、基本职能、组织结构及主要工作岗位；其次，介绍计调业务、计调员、计调部的相关知识。本项目分为两项任务，每项任务都按照“任务导入→任务分析→任务实训→任务完成”来组织安排。

知识目标

1. 了解旅行社的经营范围。
2. 明确旅行社的主要业务和基本职能。
3. 掌握旅行社的主要工作部门和工作岗位。
4. 掌握旅行社计调业务和计调员的相关知识。

能力目标

1. 能正确区分旅行社的各种职能和主要业务。
2. 明确计调员的业务范围和工作职责。

任务1.1　旅行社认知

【任务导入】

▶案例介绍

某地接旅行社（后文简称“地接社”）和组团旅行社（后文简称“组团社”）约定，负责接待旅游团来当地度假。地接社立即着手开始准备，向当地一家三星级酒店发出订房传真，要求预订5月1—4日的47人共24间客房，房价和房间标准按照原来的协议。酒店当天传真回复，每天只能安排15间客房。5月1日，47位游客如期来到酒店，酒店以该地接社未确认为由，只为地接社提供了15间客房。由于正值黄金周，该市酒店爆满，一直到22:00，17位游客依旧不能入住，游客对此表示强烈不满。为了稳定游客的情绪，地接社临时让游客入住当地一家五星级酒店的总统套房和普通套房。虽然地接社为此多支出8 000元，尚有部分游客在酒店打地铺。为了安抚游客的情绪，旅行社通过加餐、免费增加景点等办法对其进行弥补，额外支出共1万多元。该地接社向有关管理部门投诉，要求酒店赔偿该公司所遭受的全部损失。

▶问题

1. 地接社与酒店之间的合同关系是否成立？为什么？
2. 旅行社的额外损失是否应当由酒店来承担？为什么？

▶案例解析

1. 合同不成立。合同的成立，必须经过要约和承诺两个阶段。该地接社租赁合同成立与否，要看地接社发出租赁客房的要约、酒店的承诺是否符合法律规定。按照《中华人民共和国合同法》的规定，承诺生效的条件之一，是承诺必须与要约的内容相一致。在该案例中，地接社要求租赁24间客房，而酒店只能提供15间客房，酒店的回复和地接社的要约不一致，酒店的回复不属于承诺，所以该合同不成立。

2. 既然地接社与酒店之间的租赁合同关系不成立，酒店就没有为地接社提供客房的义务。地接社的损失与酒店不提供客房没有因果关系，地接社的损失只能由自己承担。

【任务分析】

作为计调员，必须对旅行社的基本情况有详细的了解，要掌握旅行社的经营范围、主要业务、基本职能、组织结构和主要工作岗位，现分析如下。



1.1.1　旅行社的经营范围

2009 年 2 月 20 日国务院颁布的《旅行社条例》(2017 修订) 第二条规定："本条例适用于中华人民共和国境内旅行社的设立及经营活动。本条例所称旅行社，是指从事招徕、组织、接待旅游者等活动，为旅游者提供相关旅游服务，开展国内旅游业务、入境旅游业务或者出境旅游业务的企业法人。"该规定表明了旅行社的经营范围包括 3 个方面。

1. 国内旅游业务

国内旅游业务，是指旅行社招徕、组织、接待中国内地居民在境内旅游的业务。

2. 入境旅游业务

入境旅游业务，是指旅行社招徕、组织、接待外国旅游者来我国旅游，香港特别行政区、澳门特别行政区旅游者来内地旅游，台湾地区居民来大陆旅游，以及招徕、组织、接待在中国内地的外国人，在内地的香港特别行政区、澳门特别行政区居民和在大陆的台湾地区居民在境内旅游的业务。

3. 出境旅游业务

出境旅游业务，是指旅行社招徕、组织、接待中国内地居民出国旅游，赴香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区旅游，以及招徕、组织、接待在中国内地的外国人，在内地的香港特别行政区、澳门特别行政区居民和在大陆的台湾地区居民出境旅游的业务。

所有的旅行社都可以经营国内旅游业务和入境旅游业务，经营出境旅游业务则需要重新申请。旅行社取得经营许可满两年，在两年中未因侵害旅游者合法权益受到行政机关罚款以上处罚的，可以向国务院旅游行政主管部门或者其委托的省、自治区、直辖市旅游行政管理部门提出申请经营出境旅游业务，受理申请的旅游行政管理部门自受理申请之日起 20 个工作日内做出许可或者不予许可的决定。获得许可就可以经营出境旅游业务，反之则不能经营出境旅游业务。

1.1.2　旅行社的基本业务

由于旅行社在所属类型和企业规模方面存在较大差异，各种旅行社经营的业务范围也各不相同。尽管如此，旅行社的基本业务却大致相同。一般来说，按照旅行社的操作流程，其基本业务可以划分为旅行社产品设计与开发、旅行社产品销售、旅游服务采购、旅游服务接待 4 个方面。

1. 旅行社产品设计与开发业务

按照旅行社业务操作流程，其第一项业务是产品设计与开发，是旅行社的基础性业务。在激烈的市场竞争中，旅行社能否立于不败之地，很大程度上取决于旅行社产品的竞



争力。产品设计与开发的决定因素主要包括资源禀赋、设施配置和旅游需求3个方面。旅行社产品的设计与开发业务包括产品设计、产品试产与试销、产品投放市场和产品效果检查与评价4项内容。

① 旅行社在市场调查的基础上，根据对旅游市场需求分析和预测，结合本旅行社的业务特点、经营实力及各种旅游服务供应的状况，设计出各种能够对旅游者产生较强吸引力的产品。

② 旅行社将设计出来的产品进行小批量的试产和试销，以考察产品的质量和旅游者对其喜爱的程度。

③ 当产品试销成功后，旅行社应将产品批量投放市场，以扩大销路，加速产品投资的回收并赚取经营利润。

④ 旅行社应定期对投放市场的各种产品进行检查与评价，并根据检查与评价的结果对产品进行完善和改进。

2. 旅行社产品销售业务

在市场经济条件下，如果没有畅通的销售渠道，没有行之有效的销售策略，产品的价值或使用价值均无法得以实现，消费者的需求也无法得到满足，旅游产品价值和使用价值的实现同样如此。由于旅游产品存在生产与消费同一性的特点，所以旅游产品销售对销售渠道的依赖较其他产品的销售表现得更为明显。旅行社销售业务主要包括制定产品销售策略、选择产品销售渠道、制定产品价格和开展旅游促销4项内容。

① 旅行社根据其经营实力和目标市场来确定与实施旅行社的销售策略。

② 旅行社根据所确定的目标市场选择适当的产品销售渠道。

③ 旅行社根据产品成本、市场需求、竞争状况等因素制定产品的价格。

④ 选择适当的促销手段，以便将旅行社产品的信息传递到旅游客源市场，引起旅游者的购买欲望，促进更多产品的销售。

3. 旅游服务采购业务

旅游服务采购是指旅行社为组合旅游产品而以一定的价格向其他旅游企业及与旅游业相关的其他服务部门购买相关服务项目的行为。旅行社与其他旅游企业和服务部门既是客户关系，又是战略伙伴关系。协作网络是旅行社旅游服务采购的保障，而旅游服务采购的管理将直接关系到旅行社产品的质量和成本。

旅游活动的基本要素包括食、住、行、游、购、娱等方面，旅游者的需要是通过以上几个方面的满足来获取的。旅行社作为旅游活动的中间商，其主要的功能就是将与旅游活动有关的食、住、行、游、购、娱等各项服务有机结合起来，去满足旅游者的整体性需要。然而，以上这些项目的服务都不是旅行社自己直接生产提供的，旅行社必须与交通运输部门、参观游览部门、住宿部门、餐饮部门、购物部门、娱乐部门、保险公司及相关的旅行社等企业进行协作联系，向它们采购各类旅游服务，以保证旅游者所需各项服务的供给。另外，组团社还需要向旅游线路沿途的各地的地接社采购接待服务。



为了保证旅行社和相关旅游企业各自利益的实现，旅行社与各相关旅游企业和部门之间的关系应建立在合同的基础之上，才能避免可能发生的纠纷，做到互惠互利、友好合作，保证旅行社采购到高质量的旅游产品，以满足旅游者整体性的旅游需要。

4. 旅游服务接待业务

旅行社的接待工作是对已经预订旅游产品或服务的旅游者，在其到达目的地后提供这些产品或服务，使其圆满地实现此次出游的目的。这一过程往往是通过与各种旅游服务部门的合作完成的。旅游者结束旅游活动以后，旅行社还应该提供售后服务，解决旅游者可能存在的困难，并与旅游者保持联系。虽然像家用电器等的工业产品的厂商都承诺有售后服务，但一般都是在购买以后出现了故障或质量问题的情况下，消费者才会主动联系厂商的售后服务机构。而旅行社则无论是否出现服务质量问题都要提供售后服务，即在旅游者返程的第二天，旅行社的经理或主管业务人员就应主动与旅游者联系，征询旅游者对旅游行程的意见。如果旅游者有投诉，经理或主管业务人员首先应以诚恳的态度表示歉意，然后妥善处理好问题，给旅游者一个满意的答复。

旅游产品的生产与消费的同一性特点，决定了接待过程(即旅游产品的消费过程)同时也是旅行社提供旅游服务、实现旅游产品价值的过程。旅行社接待服务水平的高低决定着旅游者对产品质量评价的高低，关系到旅游者需求的满足程度，也影响到一个国家或地区的声誉，反映了一个旅行社的总体经营管理水平，决定着旅行社未来的发展。

1.1.3　旅行社的基本职能

旅行社既是为旅游者提供旅行服务的专门机构，又是连接旅游供给者和旅游需求者的中介组织。虽然不同国家和地区的旅行社具有本国或本地区的特点，然而，作为向旅游者提供各种有偿服务的旅游企业，各国和各地区的旅行社在企业职能和经营业务方面也有许多共同之处。现代旅行社最基本的职能就是满足旅游者在旅行和游览方面的各种需要，协调和帮助交通、食宿、景点、娱乐场所和旅游商店等服务供应部门将其旅游服务产品销售给旅游者。

1. 生产职能

旅行社的生产职能也称为组装职能，是指旅行社设计和组装各种包价旅游产品的职能。旅行社类似工厂里的组装车间，以低于市场的价格向酒店、旅游交通和其他相关部门批量购买旅游者所需要的各种产品要素(服务项目)，然后进行设计、组装和加工，同时融入旅行社自身的理念和特色，形成含有自己服务内容的旅游包价产品，出售给旅游消费者。对团体旅游而言，旅行社最终出售的是一件完整的旅游产品，而非组成旅游产品的零散服务项目。旅游者也可以直接向旅游产品要素供给部门和企业直接购买单项的旅游产品，但因购买数量有限，难以获得理想的价格，也不能享受旅行社提供的相关服务。因此，旅行社出售的不是简单的服务项目，而是经过精心设计、加工和装配的综合产品。从这一意义而言，旅行社具有生产职能。



2. 销售职能

旅行社是营利性组织，它不仅需要在旅游市场上销售自己的旅游产品，还承担着旅游者和各旅游服务部门之间的媒介与桥梁作用。旅行社在销售自身包价旅游产品的同时，也代理销售旅游服务供应部门和企业的各种单项服务项目，如旅行社为旅游者代购、代订车船票、机票等。由于受到空间、时间、价格等多种因素的影响，旅游者要在对旅游目的地一无所知或知之甚少的情况下，广泛搜集有关旅游信息，办理各种烦琐的旅游手续，特别是当旅游者所需要的不是本国或本地区的个别旅游服务项目，而是一种跨国界、综合性的旅游产品时，这种状况无疑会在一定程度上使旅游者自行外出旅游受到一定限制。旅行社正是迎合消费者的需要，承担起沟通买卖双方的责任，使旅游产品更加顺利地进入消费领域，从而被旅游者所了解和接受。因此，旅行社在旅游产品销售过程中具有十分重要的作用。

3. 组织协调职能

旅行社要保障旅游活动的顺利进行，离不开旅游业各个部门和其他相关行业的合作与支持，旅行社需要做大量的协调工作。首先，旅行社必须组织协调好旅游行业内的各种关系，如为满足旅游者食、住、行、游、购、娱等多方面的需要，旅行社需要协调好与各个旅游服务部门之间的关系；其次，旅行社还需要协调行业外的各种关系，如为保证旅游者顺利出行，旅行社可能要协调海关、边防检查、卫生检疫、外事、侨务、公安、交通管理等各方面的业务关系，从而保障旅游者旅游活动过程中各个环节的衔接和落实。

4. 分配职能

旅游者在旅游活动过程中的消费是多种多样的，特别是在包价旅游的情况下，旅游者通常一次性预付全部或部分费用。这不仅意味着旅行社要根据旅游者的要求，在不同的旅游服务项目之间合理分配旅游者的支出，以最大限度地满足旅游者的需要，还要在旅游活动结束后，根据接待过程中的各相关部门提供的服务的数量和质量合理分配收入。

5. 提供信息职能

作为旅游产品的重要销售渠道，旅行社始终处于旅游市场的最前沿，熟知旅游者的需求变化、市场动态及发展趋势。旅行社将这些信息及时提供给各有关部门和企业，有利于它们调整产品结构和改善经营管理(图 1.1)。例如，旅行社将散客旅游日趋发展、旅游者对参与性旅游的兴趣增大，以及随着人均期望寿命延长，老年人外出旅游率增长幅度较大等市场信息传达给有关部门和企业，引起它们的重视，及时采取相应对策，推出新的散客旅游产品、参与性旅游产品和老年人旅游产品，以满足旅游者的需要，并通过销售这些产品获得经济收益。

另外，旅行社利用自身与旅游者的接触最频繁和最直接、在旅游者中间享有一定的声誉和旅游者对其信赖等有利条件，将旅游目的地本身及各相关部门和企业最新发展与变化的信息及时、准确、全面地传递到旅游市场，促使旅游者选择和购买有关的旅游产品。



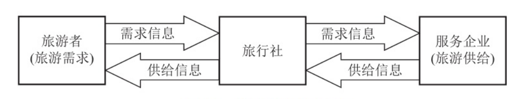


图 1.1　旅行社信息流动图

1.1.4　旅行社的组织结构

各个旅行社的组织结构是不一样的，任何一种组织结构都不是完美的，各有其利弊。旅行社在设计组织结构的时候，应该视旅行社的具体情况而定，并在适应环境变化的过程中不断调整和完善。采用何种形式的组织结构，关键是看其是否有利于旅行社业务的拓展，是否有利于旅行社发挥出最大的效能并完成旅行社目前的任务。目前旅行社常见的组织结构有直线职能制和市场部门制两种。

1. 直线职能制

直线职能制按照职能设置部门，是旅行社比较常见的组织结构(图 1.2)。旅行社按照内部生产过程划分和设立业务部门和管理部门，形成专业化职能组织。业务部门主要是外联部、计调部、接待部、综合业务部。这些部门履行专业化组织职能。管理部门一般有办公室、人力资源部、财务部等，为旅行社经营管理提供决策咨询与监督指导。

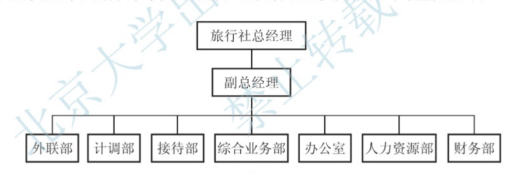


图 1.2　旅行社直线职能制组织结构

(1) 设置的主要业务部门。

① 外联部，又称市场部、销售部、市场营销部，是旅行社产品的营销机构，负责根据旅行社在不同时间、不同地域的重点和特色旅游产品开展营销活动。

② 计调部。它是旅行社的核心机构，负责旅游线路的设计、生产、销售和运行。它掌握了旅行社的各种资源，负责旅游线路的各要素(食、住、行、游、购、娱)的安排。从某种意义上来说，计调工作决定着旅行社的工作质量。

③ 接待部。它由不同语种的导游人员组成，主要负责接待计划的执行。它的工作性质就是服务，具体来说，接待部派出导游作为地方陪同或全程陪同，主要提供旅游者食、住、行、游、购、娱等方面的服务。

④ 综合业务部。它是旅行社多功能、带有拓展业务性质的综合部门。它同时具有某些职能部门的特征，主要承担旅行社散客旅游业务和单项委托业务，包括散客接待、票



务、行包业务、临时任务、贵宾(Very Important People，VIP)接待等。

⑤ 办公室。办公室是日常、常规事务的管理中心。一般负责公司日常行政、人事、档案、法律、后勤、秘书、福利、劳动保险等工作，同时负责协调和监督各部门职责的履行，开展公司工作总结，并与政府主管机关及相关部门建立并保持良好的工作关系。

⑥ 人力资源部。人力资源部负责员工招聘、培训、公司人员档案管理、绩效考核等事务，为公司的持续发展提供后续力量。

⑦ 财务部。财务部是旅行社的财务管理机构，负责旅游团款的收支及团费的发放、办公经费的支出、员工工资的发放、缴纳税款等事务。

(2) 直线职能制的优点。

① 权力高度集中。这种形式采取了直线型管理结构，高层与下层是直接的管理关系，有利于提高管理效率和树立管理者的权威。

② 结构简单。上下级关系清楚，管理人员较少。

③ 分工明确。在这一组织结构中，各个部门都有明确的职能，每位员工对自己应承担的工作都有明确的了解，确保工作的实施和完成。

(3) 直线职能制的缺点。

① 决策过于集中。管理人员拥有绝对的权力，如果出现了决策失误将会给组织带来巨大的损失。

② 各个职能部门之间协调困难。往往只重视本部门的利益而忽视整体利益，旅行社实现整体目标的能力容易被削弱，容易造成“外联买菜、计调做菜、接待吃菜、总经理洗碗筷”的局面。

③ 组织结构缺乏弹性。同一层次之间的部门缺乏必要的联系和配合，难以迅速对市场做出反应。

2. 市场部门制

市场部门制按产品或地区设置部门，是旅行社分级管理、分级核算、自负盈亏的一种组织结构模式，即一家旅行社按照地区或产品类别分成若干个与细分市场相对应的部门，它是在集中决策、分散经营原则指导下建立的一种分权式的多分支单位组织结构形式。旅行社按照地区、产品等因素，成立若干个地区部门，每一地区部门都有销售、计调、接待等功能，并保留办公室、财务部、人力资源部等职能部门(图 1.3)。

(1) 设置的主要部门。

设置的主要部门有业务部门和管理部门。业务部门分为省内旅游部、省外旅游部、出境旅游部、入境旅游部、采购部、市场部和服务网点；管理部门分为办公室、财务部和人力资源部。

(2) 市场部门制的优点。

① 旅行社的最高管理层是最高决策管理机构。它既能把握事业发展决策、资金分配、人事安排 3 个方面的决策权，以防止各行其是，又能够摆脱日常事务，把主要精力放在研制企业发展总目标、总任务、总计划及各项重大决策上。



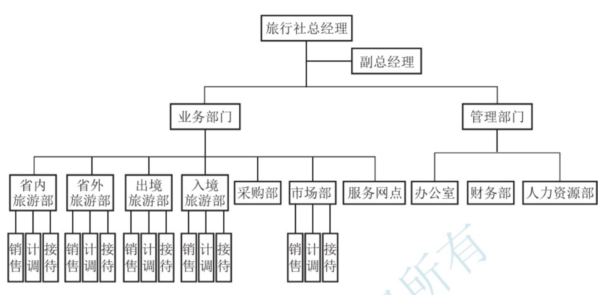


图 1.3　旅行社市场部门制组织结构

② 各部门功能齐全。旅行社各主要部门大都具有销售、计调和接待功能，有利于发挥各部门工作的能动性。

③ 有利于旅行社的发展。按产品和市场划分部门，对内有利于减少内部摩擦与冲突，对外有利于扩大影响，拓展客源市场。

(3) 市场部门制的缺点。

① 对部门经理的素质要求较高。每个部门都相当于一个独立的旅行社，部门经理既要全面熟悉业务，掌握市场动向，了解特定旅游者的需求，又要具有丰富的管理知识与经验，一旦用人不当，会给旅行社带来严重损失。

② 管理成本较高。由于旅行社成立了若干个部门，大多数部门有销售、计调、接待等功能，容易造成资源的重复配置，必然会增加成本。

没有市场部门制结构模式，就没有现代市场经济。虽然市场部门制产生于 20 世纪初，但是，与现代市场竞争相适应的特点，决定了它目前仍然是现代企业组织结构模式的主要类型。

1.1.5　旅行社的主要工作岗位

目前，旅行社的主要工作岗位有导游、计调、销售、产品开发、票务及行政等(图 1.4)。其中，导游又分为全陪[①]、地陪[②]、领队；计调又分为组团计调(国内组团计调、出境组团计调)和接待计调(国内接待计调、入境接待计调)；销售又分为同行销售和直客销售。每个旅行社根据自己的业务范围，还可以设置不同的岗位。

---

① 全程陪同人员简称全陪，是指受组团社委派，作为组团社的代表，在领队和地方陪同人员的配合下实施接待计划，为旅游团(旅游者)提供全程陪同服务的工作人员。

② 地方陪同人员简称地陪，是指受组团社委派，代表地接社实施接待计划，为旅游团(旅游者)提供其工作地区的旅游活动安排、讲解、翻译等服务的工作人员。



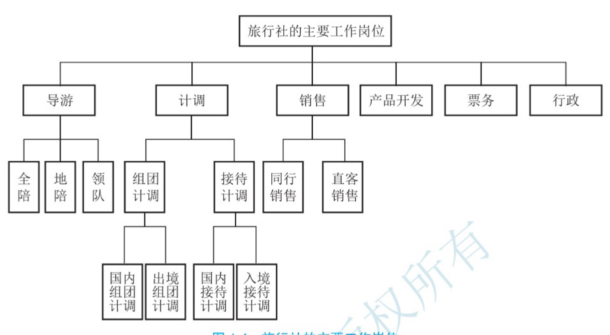


图 1.4　旅行社的主要工作岗位

【任务实训】

认知旅行社

▶ 实训目的

了解旅行社的经营范围，掌握旅行社的组织结构设置模式。

▶ 实训内容

选择学校所在地的旅行社进行调研，了解旅行社的经营范围和组织结构设置模式。

▶ 实训步骤

第一步：教师在本地选择几家不同类型的旅行社。

第二步：教师把学生分成几个小组，每个小组负责对一家旅行社进行调查，重点调查该旅行社的具体业务、工作流程、组织结构的设置情况。

第三步：学生对调查结果进行总结，并归纳整理，以小组为单位进行交流。

第四步：由教师归纳旅行社的业务经营范围和组织结构的设置情况。

▶ 实训成果

绘制旅行社组织结构图。

【任务完成】

通过对本任务的学习，让学生了解旅行社的经营范围、主要业务和职能，掌握旅行社组织结构设置模式和旅行社的主要工作岗位，为后续学习打下基础。



任务 1.2　计调部认知

【任务导入】

▶ 案例介绍

北京游客张某一家三口到成都旅游，于 2017 年 9 月 13 日下午 2:10 到达成都，与成都某旅行社签订了 9 月 14 日都江堰—青城山 1 日游旅游合同。该旅行社这一天同时签了 3 份去往都江堰的旅游合同。该旅行社计调员王某确认了这 3 份合同。但在出发当天的早上 9:00，北京游客张某打电话给计调员王某，问为什么这么晚了还没有车子来接他们一家三口。结果计调员王某一查，是自己在确认单子的时候漏单了。于是，计调员王某马上安慰游客，并让游客自己打车到都江堰，车费由王某来付。

▶ 问题

这事件说明了什么问题？计调员王某应该吸取什么教训？

▶ 案例解析

这事件说明计调工作一定要仔细，不能有任何疏忽大意。计调员王某应该认真核对每一份合同，按照合同做好各项预订工作。前一天一定要再仔细检查一下第二天的工作是否全部落实。

【任务分析】

计调部在旅行社中处于中枢位置，这是毋庸置疑的，因为计调业务连接内外，牵一发而动全身。旅行社通过销售招徕游客后，为了妥善安排游客的接待工作，要与旅游交通运输部门、酒店、餐馆、游览景点及其他旅行社联系，发挥综合接待功能。计调是旅行社业务中的重要组成部分，承担着与接待相关的旅游服务采购及接待、调度工作。

1.2.1　计调业务

1. 计调业务的定义

计调是计划、调度、安排的意思。旅行社计调的主要任务是旅游服务采购和按接待计划落实团队的食、住、行、游、购、娱等方面的具体事宜，以确保行程、日程正常进行。旅行社的计调业务有广义与狭义之分。

① 广义的旅行社计调业务是对外代表旅行社，同旅游服务供应商建立广泛的协作网络，签订采购协议，保证提供旅游者购买的各种服务，并协同处理有关计划变更和突发事件；对内做好联络和统计工作，为旅行社业务决策和计划管理提供信息服务。



② 狭义的旅行社计调业务主要是指旅行社为落实旅游计划所进行的旅游服务采购、导游人员的委派、旅游接待计划的制订，以及为旅行社业务决策提供信息服务等工作的总称。

2. 计调业务的发展

我国旅行社计调业务是随旅行社业务的发展而变化发展的。1923 年，爱国民族资本家陈光甫在上海储蓄银行设立“旅行部”，这是我国第一家旅行社，计调工作作为旅行社的基础性工作便随之产生。随着我国近代旅行社单体规模的扩大，计调业务逐渐得到强化。中华人民共和国成立后，由于对旅游业认识上的偏差，旅行社业务发展仍然迟缓。直到改革开放，我国旅行社管理体制才发生转变，旅行社业务才真正开始市场化，计调业务也才进入全新的发展时期。

中华人民共和国成立后，我国旅行社的发展主要经历了以下 4 个时期，在不同时期，旅行社的计调业务呈现出不同特点。

(1) 附属业务时期。

附属业务时期是指中华人民共和国成立到改革开放时期。这是我国旅行社的发展初期，旅行社属于政府的行政或事业单位，由外事部门统一管理，旅行社的主要业务是接待入境旅游，全面负责友好国家来访者、华侨和港澳台同胞的旅华接待工作。这种接待是一种政治接待，注重政治效果而不是经济效益。旅行社没有计调部，只有地联部。当时的计调工作主要就是为宾客订车、订房、订餐和提供一些委托代办服务，这些工作一般由接待部门的后勤人员担任，在旅行社内部处于附属地位。

(2) 独立业务时期。

独立业务时期是指从改革开放到 20 世纪 80 年代末。我国入境旅游业和国内旅游业蓬勃发展，形成了国际入境旅游业务与国内旅游业务并举的局面。这个时期的旅行社从承担政府的政治接待任务的角色转变为独立核算的企业，从重视政府形象到以创造经济效益为中心，逐渐从政府的附属机构中脱离出来，成为市场上竞争的单体，逐渐建立起与独立核算企业相适应的组织结构。同样，计调工作从旅行社后勤部门中独立出来，成为旅行社组织机构的重要部分——计调部。计调部对内要为旅行社各个部门提供接待的各项后勤保障服务，对外要与协作单位建立稳定的合作关系并代表旅行社与其签订协议。另外，计调部还是旅行社的信息中心，每天要把来自社内外的众多信息进行整理、统计和传递。

(3) 多元化业务时期。

多元化时期是指从 20 世纪 80 年代末到 90 年代初期。我国旅行社市场仍处于卖方市场阶段，在高额的营业利润和低准入门槛的双重刺激下，旅行社在数量上迅速增加的同时，单体旅行社规模呈现缩小的趋势，不仅新成立的旅行社规模较小，原来的大型旅行社通过承包挂靠或变相承包挂靠转让及部分转让经营权等方式而分崩离析，小、散、弱、差的旅行社行业竞争格局逐步形成。几乎所有的旅行社在业务上都涉及产品开发、销售、组团和接待，存在在同一层次上争夺资源的问题。规模小的旅行社虽然仅有几个人，却负责外联、组团、计调、接待等所有的业务环节，与国外大型旅行社的制度化、流水线作业无



法相比。因此，在这个时期，旅行社正规的组织机构已被打破，计调的职责范围变得模糊不清、失去边界，其工作囊括了产品设计、电话销售、制订线路计划、旅游要素采购、商业谈判、票务工作、售后服务、客户关系管理、业务决策、计划管理等工作，即在旅行社经营管理中担负起计划管理、质量管理和业务管理的职能。

(4) 专业化业务时期。

专业化业务时期是指 20 世纪 90 年代中期至今，旅行社在呼唤建立合理行业分工体系的同时，企业内部职能专业化分工也被提上议事日程。通过借鉴国外大型旅行社制度化、流程化建设的经验，我国旅行社内部逐步建立起分工协作的组织结构。在组织结构中，计调部的工作越来越细分化，越来越专业化。计调部除继续承担计划管理职能外，业务重心更多地偏向于对分项旅游产品的统一调控和购买，以争取批量优惠，增强旅行社的市场竞争力。有的旅行社甚至将计调部改为采购部，专司分项产品采购工作；还有的旅行社在计调部之外增设票务部，既为本旅行社团队提供票务服务，也对外营业。这一时期，虽然旅行社计调部的业务权限有所缩小，但计调业务得到了加强，过去计调部做的工作，现在细分到多个部门运作，业务上更加专业化、细分化了。

3. 计调业务的特点

(1) 繁杂性。

首先，计调业务的种类繁杂，涉及采购、接待、票务、交通及安排旅游者食宿等工作；其次，计调业务的程序繁杂，从接到组团社的报告到旅游团接待工作结束后的结算，无一不与计调人员发生关系；最后，计调业务涉及的关系繁杂，计调员几乎与所有的旅游接待部都有业务上的联系。

(2) 具体性。

计调工作无论是收集本地区的接待情况向其他旅行社预报，还是接受组团社的业务接待要约而编制接待计划，都是非常具体的事务性工作，总是在解决和处理与采购、联络、安排接待计划等有关的具体工作。

(3) 多变性。

计调业务的多变性是由旅游团人数和旅行计划的多变性而决定的。旅游团的人数一旦发生变化，就会影响到计调员的所有工作，可以说是“牵一发而动全身”。此外，我国的交通和住宿条件不能始终保证正常供给，也给计调工作带来诸多不确定因素。

(4) 时效性。

旅行社计调员在接到旅游团队的要求和确定旅游人数后，需要立即开始制定旅游线路、安排行程、预订各项采购服务、与组团社或地接社联系工作。如果不注意时间性，不及时处理就可能延误工作，影响团队的正常进行。

4. 计调业务的作用

(1) 计调业务是旅行社经营活动的重要环节。

旅行社实践的是承诺销售，旅游者购买的是预约产品。旅行社能否兑现销售时承诺的数



量和质量，旅游者对消费是否满意，在很大程度上取决于旅行社计调业务质量的高低。计调的对外采购和协调业务是保证旅游活动顺利进行的前提条件，而计调对内及时传递有关信息又是旅行社做好销售工作和业务决策的保障，因此，计调业务是旅行社经营活动的重要环节。

(2) 计调业务是旅行社实现降低成本的重要因素。

旅游产品的价格是旅游产品成本和旅行社利润的总和，因此，降低旅游产品成本在很大程度上影响着旅行社利润的增长及市场份额的占有。旅游产品的成本通常表现在为各旅游供应商提供的机(车)位、客房、餐饮、门票等的价格上。计调部门在对外进行相应采购时，应尽量争取获得最优惠的价格，以降低旅游产品的总成本，这也就意味着旅行社利润的增加。另外，旅游产品成本的降低，保证了旅行社在激烈的市场竞争中获得更多的市场份额。计调业务虽然不能直接创收，但降低采购价格无疑对旅行社的营业额和利润的实现具有重要意义。

(3) 计调业务实际是旅行社的经营内容。

计调业务的范围依旅行社的规模和发展不尽相同，但对外采购服务(包括变更后的采购)，以及对内提供信息服务都是旅行社计调业务的基本内容。所谓对外采购服务，是指按照旅游计划，代表旅行社与交通运输部门、酒店、餐馆(饭店)和其他旅行社及其他相关部门签订协议，预订各种服务，满足旅游者在食、住、行、游、购、娱等方面的需求，并随着计划的变更，取消或重订。所谓对内提供信息服务，是指把旅游供应商及相关部门的服务信息提供给销售部门，以便组合旅游产品；做好统计工作，向决策部门提供有关旅游需求和旅游供应方面的信息。

1.2.2 计调员

1. 计调员的含义

旅行社通过外联招徕游客，而做好接待前的准备工作则由计调员承担。计调是计划调度的简称，计调员是担任计划调度作业的人员，在岗位识别上也被称为线控、团控、担当等，业内通称为“计调”，出境计调员被称为 operator 或 OP。计调员的主要任务是按接待计划落实团队在食、住、行、游、购、娱等方面的具体事宜，以确保行程、日程正常进行。

2. 计调员的分类

按照不同的标准可以把计调员分成不同的类型，以下是几种常用的分类方法。

(1) 按照旅行社团队的组成和接待过程划分。

按照旅行社团队的组成和接待过程，可以将计调员分为组团型计调员和接待型计调员两种。这是最基本的分类方法。组团型计调员是负责组成旅游团队，并将团队发送到异地接待社接待的专职人员。按地接社的地区差异，又分为国内组团计调员和出境组团计调员两种类型。接待型计调员是指在地接社中负责按照组团社计划和要求确定旅游用车等区间交通工具、用餐、住宿、游览、派发导游等事宜的专职人员。按组团社的地区差异，分为国内接待计调员和国际入境接待计调员两种类型(图 1.5)。



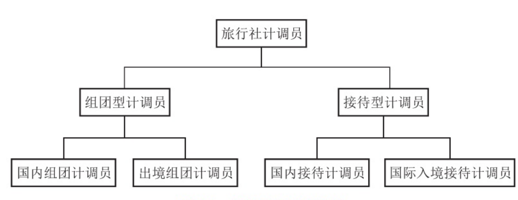


图 1.5　旅行社计调员类型

(2) 按照旅游者的组织类型划分。

按照旅游者的组织类型，可以把计调员分成团队型计调员和散客型计调员。团队型计调员主要是负责团队操作的专职人员。散客型计调员是专门操作自助或半自助类旅游事务的专职人员。

(3) 按照专项类划分。

按照专项类，可以把计调员划分为商务会展计调员、学生游计调员、老年游计调员、特种游计调员、自由行计调员、签证类计调员等。其中，商务会展计调员是旅游界最高层次的计调员，是指负责操作集团客户国内外会议、出境奖励旅游团、商务考察团的策划、市场推广与销售的专职人员。

3. 计调员的业务范围

计调员的业务范围几乎包含了旅行社的所有经营内容，主要表现在以下几个方面，如图 1.6 所示。

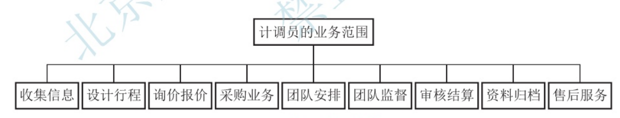


图 1.6　计调员的业务范围

(1) 收集信息。

收集信息是旅行社计调工作的第一步，也是计调员开展工作的前提。计调员每天要接触众多的旅游者、旅游服务供应商和合作伙伴，处在旅游市场的最前沿，了解旅游者的需求及其需求变化规律，了解供应商提供产品的质量情况，也了解合作伙伴的愿望和企求，因而掌握了大量的信息。身为计调员，就是要从大量的信息中去发现、找到对旅行社的成长和发展有利的信息，并对这些信息进行收集、整理、加工、分析、归类、保存，以备业务之需。

(2) 设计行程。

计调员与旅游者交流，根据旅游者的要求不断设计、修改、完善旅行社常规线路和行



程的具体安排，及时提出符合旅游者需求的旅游线路和行程安排。



相关链接 1—1

计调业务

计调业务包括对外、对内两大业务。就对内提供业务信息而言，除向外联部提供旅游供应商及相关部门的服务信息，以便组合旅游产品外，主要是向旅行社决策部门提供有关旅游需求和旅游供应信息，而这又是通过做好统计工作来实现的。

决策离不开信息，如旅游市场的动向、旅行社的实际运转情况等，这些内容只有经过科学的综合分析处理，才能成为有价值的情报。统计工作是对经济活动数量方面的分析和管理，是认识经济现象的性质及其规律性的重要手段。旅行社计调部的统计工作涉及客源统计和采购单位情况统计，它并不是简单的收集、整理，更重要的是进行定量分析和定性分析。

1. 客源统计

客源统计是计调统计工作的重要环节，其目的在于分析现状、找出问题，以便进一步确定目标市场的经营策略。客源统计通常以一个旅游年度或淡旺季时段为统计单位，统计内容包括接待人数、人天数(Z、D 分列)，反映旅行社综合接待能力。人均天数，反映产品性能并作为单位赢利的依据(人天均)。团均人数，该指标尤为重要，它反映团队(特别是组团)的单位成本，人数越多则费用越低。国家和地区客源分布统计，用于发现主要客源市场。客源流向、流量，与组团中的市场导向有极大的关系，同时作为采购服务的依据。

2. 采购单位情况统计

采购单位情况统计的目的：一是及时发现问题，提高采购质量；二是为争取最优惠价格提供依据。统计内容有住宿、用餐情况，根据使用情况决定续用或取消采购；根据地接社的接待质量、旅游者投诉决定续用或更换。

(3) 询价报价。

在确定好行程之后，计调员要及时对各接待单位进行询价，接待单位确认之后进行内部计价，在计价的基础上对旅游者进行快速报价，根据情况变化对旅行社推出的旅游线路进行价格调整和成本核算，以确保对外报价的可靠性、可行性及准确性。

(4) 采购业务。

在与旅游者签订旅游合同之后，计调员要及时采购各种接待服务，保证旅游活动的顺利进行。

(5) 团队安排。

计调员负责制订旅游团计划，安排导游。在安排旅游团时，协调酒店、交通等相关部门的工作，在确保团队质量的前提下，力争“低成本、高效益”。

(6) 团队监督。

团队在外运行中，计调员一定要做好团队的监督管理工作，发现问题要及时处理。

(7) 审核结算。

团队游览结束后计调员审核结算单，报财务结账。一般要求团队行程结束后一周内清



账。填写决算单，连同概算单一式两份、组团合同、确认件、结算单等原始凭证，交公司财务部报账。

(8) 资料归档。

团队结束之后，计调员要整理该团的原始资料，每月月底将该月团队资料登记存档，以备查询。团队档案的主要内容有地接报价单(历次报价)、双方签字的确认单(盖章)、客户名单、合同、缴费单、最终行程表、订车单、订票单。这些资料的保存期至少为两年。

(9) 售后服务。

在团队顺利结束行程返回本地后，计调员应进行客户满意度调查，掌握准确的信息，为今后工作的改进提供依据。计调员要与客户保持良好的关系，努力使之成为自己的朋友，为第二次销售工作打下基础。


相关链接 1-2

计调业务常用工具

(1) 电话机。固定电话、移动电话、本地通电话等。计调电话最忌变换，如遇动迁，应千方百计地保留原始号码。另外，应加强话机的功能，如呼叫转移、来电显示、电话录音、语音信箱等。

(2) 传真机。普通传真机(热敏纸)即可，尽量不使用普通纸传真机、FAX-MIE 等。根据业务量大小，最好设两台传真机(收发各一台)。

(3) 电子邮件。发电子邮件不但快捷，而且成本较低。

(4) 地图。全国地图、分省地图、公路客运地图、网上地图等。

(5) 时刻表。铁路、航空、公路、航运时刻表等。应特别注意淡旺季、年度的新版时刻表。

(6) 字典。语言类、景点类等。

(7) 景点手册。各个旅游景区的导游手册。

(8) 采购协议。按住宿、用餐、用车、景点、购物分类建档。

(9) 各地报价(分类)。最好按区域列出目录，分类列置。

(10) 应急电话。酒店(销售部、前台)，餐厅(经理、订餐)，车队(调度、驾驶员)，导游等分类开列，放置于显眼处或随身携带。

4. 计调员的职业意识

(1) 促销意识。

旅行社从事的是旅游销售，因此计调员必须具备促销意识。促销意识是以计调员充分理解该业务在旅行社经营活动中的重要性为基础的。旅游销售实际上是一种服务承诺，旅游者购买的只是一种预约产品。旅行社能否实现销售承诺，旅游者对旅游消费是否满意，在很大程度上取决于旅行社计调和外联工作的好坏。



计调业务通过对外采购和协调，保证旅游活动顺利进行，是旅行社做好销售工作和业务决策的前提。一旦计调工作出现失误，势必造成旅游服务链的断裂，引起旅游投诉。这不仅会使旅行社蒙受一定的经济损失，还会影响旅行社的声誉，影响今后的市场促销。因此，旅行社计调人员促销意识的重点，是树立质量意识和品牌意识，通过对每一个旅游团队的优质服务，争取更好的市场口碑，以获得更多的客源。

(2) 全局意识。

旅行社是一个有机整体，由众多部门组成，各部门担负着不同的职能，但每个部门都围绕旅游服务展开工作，所以各部门工作既有分工，又有密切的联系。计调业务部门是旅行社的核心部门，计调员的全局意识尤其重要。只有时刻以旅行社工作大局为重，加强与各部门的联系与合作，才能实现部门效益乃至旅行社效益的最大化和最优化。

(3) 服务意识。

计调工作是旅行社服务工作的重要组成部分。计调员应具备良好的服务意识，主动为旅游者提供优质的旅游产品，为相关部门提供业务信息。计调部门的业务范围依旅行社的规模和发展不同而不尽相同。计调部要按照旅游计划，代表旅行社与交通运输部门、酒店、餐馆和其他旅行社及其相关部门签订协议，预订各种服务，满足旅游者在食、住、行、游、购、娱等方面的需求，并随着计划的变更，取消或重订服务。计调部门要及时把旅游供应商及相关部门的服务信息提供给销售部门，以便其组合旅游产品；同时要做好信息统计工作，向决策部门提供有关旅游需求和供应信息的分析报告。

(4) 质量意识。

质量意识是指旅行社计调员在物质上、精神上满足旅游者需要的主观自觉性。强烈的质量意识是确保旅行社员工提供高质量旅游服务的先决条件。在服务过程中，计调员要提高对服务质量的重视程度和自觉程度，树立“服务就是客源，质量就是效益”的观念，增强保证质量的责任感、使命感和紧迫感。

(5) 协作意识。

计调部在日常工作中要经常与有关部门直接发生各种联系，搞好与各部门的关系是计调部业务工作开展的基本前提。在旅行社内部，计调部需与外联部、接待部、综合业务部和财务部等部门发生频繁的业务往来；在旅行社外部，计调部门还要与交通运输部门、酒店、旅游景点、商场等单位合作。因此，计调员必须树立较强的协作意识，要善于与各部门、各单位进行合作，善于与他人沟通，以便赢得各方的配合和支持。

(6) 效率意识。

旅行社业务具有较强的时效性，计调部必须树立效率意识，安排团队接待计划时，应周密部署，及时完成各项业务预订，及时处理团队运行中的改订业务。当前旅行社每天接待的旅游团队很多，计调部门往往同时面对多个旅游团队接待任务，因此工作中必须环环相扣，注重效率，才能避免差错，使每一个旅游团队都能享受到保质保量的服务。

5. 计调员的职业态度

(1) 对待工作认真负责。

计调业务绝不能出现差错，稍有差错，就会给旅行社带来损失。因此，计调员必须认

真负责，做到一丝不苟。计调员应保证发出或接收的信息(如向其他旅行社报价、接收组团社的接团通知、预订旅游票据等)万无一失。

(2) 善于人际协调和沟通。

旅行社计调员大部分时间会与旅游者和旅游相关部门打交道，善于协调人际关系和与人沟通是做好计调工作的基本条件。

(3) 具有良好的团队意识和强烈的敬业精神。

旅行社的计调员应有进取心，不怕困难，热爱本职工作，具有团队合作意识，善于借助团队的力量，发挥团队的作用，共同做好旅游产品的生产和销售工作，圆满完成旅行社制定的经营目标。

6. 计调在提升服务质量中的作用

计调在提升旅游服务质量中具有核心作用，其核心作用主要表现在以下几个方面。

(1) 计调承担着旅行社的产品设计和开发工作。

旅行社的产品设计和开发通常有两种情况：一是旅行社占主导地位，开发设计独具特色的旅行社产品(主要面向散客市场)；二是旅游者占主导地位，旅行社根据游客提出的要求设计旅游产品(主要面向独立成团旅游者或自由行旅游者)。产品设计和开发工作既要立足于实际，还要高瞻远瞩。旅行社计调应顺应时代和市场发展的需求，组合出更具有吸引力和个性化的产品，有效地利用和组合各旅游要素，推出真正满足市场需求的产品。

(2) 组织协调并保障旅行社业务正常运转。

在旅行社的经营过程中，销售部、计调部、导游接待部构成旅行社具体操作的三大板块。其中，计调部起着联系各部的作用。通常是销售部接到任务后，计调员才开始操作，进行用车调配、行程安排、酒店和票务预订、景点确认等，然后交给接待部门执行。通过计调部的组织协调，各部门形成完整的、互动的运作体系，完成产品的采购、制作加工和销售的全过程。

计调员是编制并督促计划执行的管理者，其对服务过程中出现的一般问题和特殊情况提供作业指导和保障，提高履约能力。因此，计调工作直接关系到旅行社的服务质量。

(3) 确保旅行社的采购渠道，并实行成本控制。

计调员要在采购过程中完成对酒店、餐馆、航空公司、铁路公司、车船公司、景点等供应商及各地的地接社的筛选和签约工作；要在众多的采购对象中选择最合理的合作伙伴，进行优化组合，使资源达到合理配置，组成最佳的联合服务网络，以保证旅行社的服务质量和最具竞争力的价格。批量采购的质量与价格，是旅行社赖以生存的重要保障，也是提高服务质量的根本。计调员根据团队的不同情况调整成本的构成，运用经验和技巧，争取最优惠的价格，从而降低旅行社的经营成本，使团队利润最大化。

(4) 监控旅游活动的全过程。

旅游活动过程即旅游产品被使用的过程，涉及面广、问题多。导游在外带团，与旅行社的主要联系途径就是计调员。计调员对整个旅游活动实行 24 小时跟踪监控，妥善解决各种重大问题，处理旅游过程中的突发事件，使采购的旅游服务保证供应，并做好衔接工



作，从而保证游览过程中的服务质量，避免给旅游者和旅行社造成损失，减少或杜绝投诉事件的发生。计调员丰富的操作经验、灵活的调配能力、细心周到的人性化服务理念及超强的责任心，都是决定旅游服务质量的关键。

由此可以看出，旅行社运营是否成功，旅行社服务质量是否过硬，很大程度上取决于计调工作的水平。计调员是旅行社整体运作的灵魂，是旅行社总经理的智囊，是旅行社开展业务的命脉。

1.2.3 计调部

1. 计调部机构设置

(1) 中小型旅行社计调部的机构设置。

在我国现阶段的旅行社构成中，中小型旅行社的规模较小，在总经理下设计调部，一般情况下计调部有 3 ～ 10 名计调员。通常在计调部经理的领导下，分别从事不同的计调业务。中小型旅行社计调部的机构设置如图 1.7 所示。

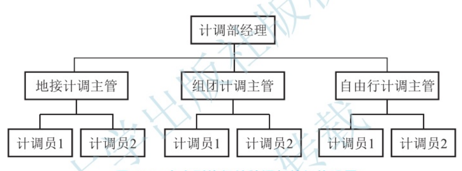


图 1.7 中小型旅行社计调部的机构设置

(2) 大型旅行社计调部的机构设置。

大型旅行社计调部的机构设置比较复杂(图 1.8)，与中小型旅行社相比，大型旅行社的计调部业务分工更加细致，专业性更强。在总经理下设计调中心，在计调中心下分为接待中心、组团中心或者分为国际部和国内部。国际部比较简单，下设欧洲部、美洲部、亚洲部等；而国内部却比较复杂。随着国内旅游竞争的日益激烈，一些大型旅行社也纷纷涉足国内旅游业。国内部的计调业务主要是根据旅游线路来设置的，所以又常常分为省内线和省外线，一名计调人员管几条线路，负责接听电话、报价、签约等。

相对这两个计调机构设置而言，大型旅行社的计调机构设置要合理、科学一些，它是专人负责，而中小型旅行社的计调机构设置则要混乱一些，常常会发生衔接不好的现象，造成计调部的失误，给旅行社带来不必要的损失。比较理想的计调部机构设置应该是专人负责。



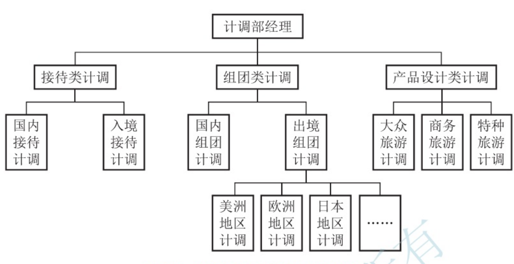


图 1.8　大型旅行社计调部的机构设置

2. 计调部的岗位职责

(1) 计调部经理岗位及其职责。

计调部经理应明确自己的岗位职责，充分调动本部门工作人员的积极性，把本部门经营好、管理好。具体来讲，计调部经理的岗位职责包括以下几个方面。

① 经营、管理计调部。计调部经营既包含旅行社中长期发展规划、特色产品和优势产品规划等宏观内容，又涉及具体团队运作的计划，如线路选择，团队运行中的组织、协调、指挥、财务结算等。管理好计调业务，让每一位员工充分发挥自身的潜能，是计调部经理的首要职责。

② 制定和实施本部门的各种规章制度。计调部要进行经营活动，必须建立健全岗位责任制度。计调部经理要根据本部门的实际情况，制定各种规章制度，把本部门各种常见的、具体的事务落实到人，做到事事有人管、人人有专责、办事有标准、作业有程序、工作有检查，从而使计调部有一套科学合理的管理制度。

③ 编制计调部的各种工作规程。要做到这一点，首先要熟悉业务，了解工作的要求、目标，作业的过程，以及必需的人、财、物等。其次要懂得编制工作规程的方法。工作规程的编制总是以某一特定的工作为对象，如发传真、打电话、编制接待计划等。规程要具体规定工作过程中有多少个环节，每一个环节有多少内容，每项内容中的动作、语言、手续、时限及与其他工作部门的联系程序如何等。在日常管理中，经理只要把大家的工作都控制在工作规程之中，整个部门就能顺利运转。

④ 收集信息，为总经理做决策提供依据。计调部在工作中的接触面最广，掌握的信息也较全面，因此计调部经理应做好旅行社总经理的参谋。旅行社总经理在决策时往往需要掌握全方位的资料，计调部应做好信息的收集工作，随时为总经理提供有用信息，帮助总经理做出正确决策。

⑤ 审定本部门财务开支。旅行社为了工作的方便，往往赋予计调部经理一定的财权，包括可以审核、开支本部门的业务费用，有权对本部门财产报损、对员工给予奖惩等。当



然，计调部经理行使上述权力时，应以不影响旅行社的全盘计划和能促进计调部的经营管理为前提。

⑥ 培训、选拔本部门业务人员，激励并发挥部门下属的工作积极性。计调部经理有义务对本部门员工进行业务培训，使员工明确岗位职责，切实做好本职工作。此外，计调部经理还应利用行政职权，对本部门业务人员进行奖赏，如升迁、奖励和处罚等，并报总经理批准。

(2) 信息资料员岗位及其职责。

① 负责旅游业务各种信息的收集、整理、归档。

② 负责旅行社计调业务工作的信息资料汇编下发、存档及使用。

③ 向旅行社决策部门、计调部经理提供所需信息、资料的分析报告。

④ 负责制作旅游团(旅游者)情况报表，收集反馈信息，配合统计人员提供旅游团(旅游者)的各项统计数据。

(3) 计划统计员岗位及其职责。

① 负责具体编写全社年度业务计划。

② 负责全社月、季接待任务预报及流量预报。

③ 汇总全社旅游业务统计月、季报表，编写接待人数月、季报表。

④ 承接并向有关部门和人员分发各业务部的旅游团(旅游者)的接待计划。

⑤ 承接并安排各地旅行社地方外联团的接待计划。

⑥ 负责向旅行社决策部门、财务部门提供旅游团(旅游者)流量、住宿、交通等多项业务统计及其分析报告。

(4) 值班联络员岗位及其职责。

① 负责全社总值班室昼夜业务值班，做好值班记录和电话记录并及时向有关部门或人员转达或传递电话记录。

② 掌握全社各业务部门及外地组团社发来的接待计划。负责在登记栏表上及时标出计划发文号、预报号、人数、服务等级和种类、自订或代订房、住宿要求、节目要求、抵/离日期、航班或车次与时间、旅行下一站城市等主要内容。

③ 及时掌握旅游团(旅游者)取消、更改情况的具体内容，并负责通知各有关部门或人员及时调整接待安排。

④ 及时向信息资料员提供最新信息。

(5) 交通票务员岗位及其职责。

① 负责落实旅行社旅游团(旅游者)的机、车、船等交通票据并及时将落实情况告知有关业务部门或人员。

② 在接到各业务部门有关旅游团(旅游者)人数、航班或车次等变更的通知时，及时与有关合作单位联系，处理好更改、取消事宜。

③ 负责计划外旅游团(旅游者)的机、车、船票的代订业务，并根据委托代办的要求办理机、车票订座或再确认事项。

④ 根据组团客户的要求或旅游团的人数规模，负责办理申请包机手续，代表计调部签订《包机运输协议书》，并将情况转告有关业务部门，落实好具体衔接工作。



⑤ 办理本社陪同导游和外地组团社全陪的机、车票代订工作。

⑥ 负责与合作单位做好旅游团(旅游者)票务方面的财务结算工作。

(6) 订房业务员岗位及其职责。

① 代表计调部负责与酒店洽谈房价，签订《订房协议书》。

② 根据接待计划或客房预订单，为旅游团(旅游者)及陪同预订客房。

③ 负责客房预订的变更、取消事宜。

④ 负责包房使用、销售、调剂工作。

⑤ 制作旅游团(旅游者)客房流量表及其单项统计。

⑥ 协同财务部门做好旅游团(旅游者)客房的财务核算工作。

(7) 内勤人员岗位及其职责。

① 代表计调部负责与餐馆、车队就旅游团(旅游者)的用餐、用车事宜进行洽谈，选择理想的合作对象并与其签订《合作协议书》。

② 根据接待计划，为旅游团(旅游者)安排订餐、订车，并负责用餐、用车预订的变更、取消事宜。

③ 负责宴请、大型招待会、冷餐会等活动的具体落实与安排。

④ 负责旅游团(旅游者)文艺节目票的预订，对于专场演出，要负责事先落实安排好包括文艺团体的专场演出费，演出的日期、时间、地点等事项，并与本社业务部门做好文艺票的交接工作。

⑤ 负责落实参观、访问、拜会等特殊要求的安排。

(8) 行李业务员岗位及其职责。

① 负责旅游团(旅游者)托运行李的搬运、押运，并负责安全、完整、准时地将行李送到指定地点。

② 负责旅游团(旅游者)离开时，行李托运手续的办理及登机卡手续的办理。

③ 负责旅游团(旅游者)丢失行李的查找。

3. 计调部岗位人才现状

(1) 计调人才供不应求。

随着旅游业的快速发展，旅行社行业的竞争和市场分化日益加剧，旅行社计调员需求数量明显增大，计调人才供不应求，各个旅行社都需要高素质的计调人才。

(2) 缺乏系统化的职业培训。

计调员整体素质不高、责任心不强，使旅行社低水平、浅层次的竞争局面很难彻底改变，市场运作极不规范。

(3) 计调人才的培养渠道不畅。

纵观我国旅行社计调人才的培养模式，主要有自主培养和院校培养两种。旅行社自主培养的计调员，没有接受过系统的职业教育，不能很快为企业创造价值，不是计调人才成长的最佳途径。由于目前全国没有院校开设旅行社计调专业，所以旅行社从院校招聘的毕业生一般来自旅游管理专业，存在理论与实践脱节的现象，这样的学历教育仍不能满足市场对于计调人才的需求。



(4) 缺乏国家级计调业务操作流程和服务标准。

目前，各个旅行社对于计调岗位职能的规定不尽相同。旅行社经营管理中经常出现诸如“超范围经营、广告虚假、擅自降低服务等级、擅自增减旅游项目”等质量问题，导致大量投诉，给旅行社造成了不必要的经济损失。

4. 计调部岗位人才优化

(1) 不断完善计调表彰制度，形成有利于计调人才发展的机制和环境。

只有满意的员工，才有满意的顾客。旅行社应该建立健全关于计调员的有效激励机制，从而为旅游者提供更优质的服务。对于表现出色的计调员，旅行社应树立为榜样，做好宣传，给计调员创造一个良好和稳定的工作环境，以提高其责任心和归属感，激励计调员不断自我完善，保证计调服务向更高的水平发展。

(2) 出台国家级计调业务操作规范和服务标准。

在我国关于旅行社的服务规范中，尚没有出台针对旅行社计调岗位的标准和条例。国家有关行政管理部门应该会同专家学者，尽快制定完善计调员操作规范和质量标准，使计调员工作有法可依，更加标准化、规范化。

(3) 完善计调职业资格认证制度和职称评定制度，推进计调管理体制改革。

建议由国家相关主管部门负责计调职业资格和职称晋升的标准制定、职业技能鉴定和证书颁发工作，并参与制定培训机构资质标准、计调岗位从业人员资格标准和培训教材。各级旅游职业技能鉴定所(考试中心)具体负责职业技能的鉴定和职称晋升的评审工作，并与相关高等(职)院校联合做好职业培训工作。

(4) 增开旅行社计调专业课程。

在条件成熟的旅游职业院校尽快开设旅行社计调专业，系统培养专业化实用型计调人才，一方面可以拓展就业渠道，另一方面可以满足旅行社对实用型计调人才的强烈需求。

【任务实训】

认知旅行社计调部

▶ 实训目的

了解旅行社计调的基本情况，掌握计调业务和计调员岗位的相关知识。

▶ 实训内容

选择学校附近的一家旅行社作为调研对象，对计调部的主要业务、机构设置、人员情况进行调研。

▶ 实训步骤

第一步：教师选定学校附近的一家旅行社。
第二步：师生到旅行社进行实地调研。
第三步：教师邀请旅行社计调部人员介绍计调部的情况。



▶ 实训成果

归纳总结计调部的主要业务。

【任务完成】

通过对本任务的学习，学生对旅行社和旅行社计调部有了基本的认知；熟悉了旅行社的经营范围、主要业务、基本职能、组织结构和主要岗位；明确了计调业务的定义、发展阶段、业务范围；掌握了计调员的分类、岗位职责及计调部机构设置、工作内容、人才现状及优化对策。

同步练习

一、填空题

1. 旅行社的经营范围包括__________、__________或者__________。

2. 旅行社的基本业务可以划分为__________、__________、__________、__________4 个方面。

3. __________是旅行社按照内部生产过程来划分和设立业务部门的。

4. 市场部门制组织结构就是旅行社成立若干个地区部门，每一地区部门都有__________、__________、__________等功能。

5. 计调业务的特点是__________、__________、__________、__________。

6. 担任计划调度作业的人员称__________，通常又把出境计调称为__________。

二、单项选择题

1. 旅行社取得经营许可满(　　)年，未因侵害旅游者合法权益受到行政机关罚款以上处罚的可以申请经营出境旅游业务。

A. 1　　B. 2　　C. 3　　D. 5

2. 下面不属于按照直线职能制组织结构划分的业务部门是(　　)。

A. 计调部　　B. 导游部　　C. 营销部　　D. 入境部

3. (　　)是旅游界最高层次的计调员，是指负责操作集团客户国内外会议，出境奖励旅游团，商务考察团，国际教育项目(夏、冬令营，游学等教育类)的策划，市场推广与销售的专职人员。

A. 组团型计调员　　B. 接待型计调员　　C. 专线型计调员　　D. 商务会展计调员

三、多项选择题

1. 旅行社的基本职能有(　　)。

A. 生产职能　　B. 销售职能　　C. 组织协调职能
D. 分配职能　　E. 提供信息职能

2. 组团型计调员是指在组团社中负责组团相关业务的专职人员。按地接社的地区差异，又分为(　　)。

A. 国内组团计调员　B. 国际入境接待入境计调员　C. 专线型计调员
D. 出境组团计调员　E. 散客计调员

3. 计调人员应该具备的职业意识有(　　)。

A. 促销意识　　B. 全局意识　　C. 服务意识
D. 质量意识　　E. 协作意识

四、判断题(正确的在题后括号内打“√”，错的打“×”)

1. 计调部门是旅行社接待任务的计划部门，是旅游团接待工作开展的第一站。(　　)
2. 地接社是指在旅游目的地负责接待组团社游客来本地旅游的旅行社。(　　)
3. 专线型计调是专门操作自助或半自助类旅游事务的专职人员。(　　)
4. 旅行社业务具有较强的时效性，计调部门必须树立促销意识。(　　)

五、简答题

1. 简述直线职能制组织结构的优、缺点。
2. 简述市场部门制组织结构的优、缺点。
3. 简述计调业务的作用。
4. 简述计调在提升旅游服务质量中的核心作用。
5. 计调部人才优化应该采取哪些措施?

六、案例分析题

2017年国庆节期间，成都某地接社接待了20位西安游客到四川海螺沟旅游，该旅行社计调员小张负责该团队。小张提前预订了海螺沟的某酒店。由于临近国庆节，到海螺沟入住人数太多，该酒店工作人员太忙，没有对小张的预订立即回传确认，小张也忘记了回传确认一事，认为平时两家单位合作较多，没有问题。该地接社导游小刘10月1日带领20位西安游客进入海螺沟时没有客房，后来经过多方协调终于让游客入住。入住酒店之后，在晚上用餐时游客觉得晚餐太辣而且面食太少，产生不满，并向导游反映。导游经过耐心安抚，终于平息了这件事。

请问：成都地接社计调员小张在哪些方面做得不好？正确的做法是什么?



国内接待计调实务

项目概述

本项目主要介绍国内接待计调员应掌握的基础知识、主要业务及工作流程。首先，介绍国内接待计调员应该掌握的基础知识。其次，阐述本地旅游线路的设计与开发、定价与报价方法及各项地接服务的采购方法。最后，详细分析了国内接待计调的整个工作流程。本项目分为 4 项任务，每项任务均按照“任务导入→任务分析→任务实训→任务完成”来组织安排。

知识目标

1. 了解国内接待计调在食、住、行、游、购、娱等方面的基础知识。
2. 熟悉本地旅游线路设计、开发、定价、报价的方法。
3. 明确各项地接服务的采购方法。
4. 掌握国内接待计调的工作流程。

能力目标

1. 能够设计本地旅游线路，并对所设计的旅游线路进行定价和报价。
2. 能够及时采购各种地接服务。
3. 能够在旅行社胜任接待计调工作。

任务2.1　国内接待计调基础知识

【任务导入】

▶ 案例介绍

2019年7月22日，成都某旅行社接待计调员刘明，接到北京某组团社的咨询电话，8月6日有一支32人的旅游团队要到峨眉山旅游，希望该旅行社负责地接。组团社连续咨询了峨眉山景区、酒店、餐饮、交通等很多问题。由于刘明是毕业不久的大学生，对峨眉山景区的相关情况不是很了解，所以不能一一回答这些问题，组团社就认为这家旅行社的接待能力不够，选择了另外的旅行社负责接待。

▶ 问题

从本案例中你能得到什么启示？

▶ 案例解析

旅行社运营是否成功，旅行社服务质量是否过硬，在很大程度上取决于计调部门的工作是否到位。计调是旅行社食、住、行、游、购、娱等服务项目的总策划、总设计和总指挥，是旅行社整体运作的灵魂，是旅行社中最核心最重要的岗位。在本案例中，由于计调员刘明对四川峨眉山景区、酒店、餐饮、交通等问题不是很清楚，不能全面地回答组团社的问题，最终失去了合作的机会，给旅行社造成了损失。因此，作为接待计调员应该对本旅行社所在地和所经营旅游线路所在地的景区、酒店、交通、餐饮、购物、娱乐等知识都有全面的了解。

【任务分析】

国内接待计调员是指在地接社中负责按照组团社计划和要求确定旅游用车等区间交通工具、用餐、住宿、游览、派发导游等事宜的专职人员。因此，国内接待计调员首先应该对本旅行社所在地和所经营旅游线路所在地的住宿、餐饮、交通、用餐、景区、购物、娱乐等基本知识有全面的了解。

2.1.1　住宿知识

酒店是旅游者的第二个家，选择不同星级标准和地理位置的酒店满足旅游者的多样化需求，是旅游产品组合中至关重要的部分。同时，酒店住宿的费用在旅游者旅游支出中占了相当大的比例。要想成为一名优秀的计调员，必须掌握住宿方面的一些基本知识。



1. 掌握本旅行社所在地和经营线路所在地主要酒店的基本情况

掌握本旅行社所在地和经营线路所在地主要酒店的具体位置、星级、硬件设施、管理水平、服务质量、服务项目、竞争情况、经营情况、各季节的价格及变化情况，以及距离飞机场、火车站、长途汽车站的距离和用车时间。酒店的联系人、联系电话等信息要做好记录。

2. 学会考察酒店

(1) 看酒店外观。

酒店的楼有多少层，是单体还是复合体，有无延伸出来的外厅，有无身着整齐制服的迎宾人员及停车场大小等。成都世纪城洲际大酒店的外观如图 2.1 所示。



图 2.1　成都世纪城洲际大酒店外观

(2) 看酒店周围环境。

看酒店周围有无方便的商业设施，如大型超市、小商店、水果摊、公交站点，位置是否在市中心，离市中心稍远还是在很偏远的郊区等。

(3) 看酒店大厅。

酒店大厅面积是大还是小；整体装修是否气派；风格是否新颖，能否让人眼前一亮等；有无供客人免费坐的沙发和椅子，座位多不多，沙发是否整洁干净；大堂吧里的咖啡、茶水等的收费标准是否合理；前台人员的整体形象如何，业务素质如何；团队要用的房间标牌价是多少。

(4) 看客房。

看酒店共有几部电梯，电梯的档次高低，运行快慢；楼道比同级别的酒店宽窄高矮如何；楼道地毯是否陈旧，有无大片污渍，质地是普通还是高档；客房门是简易门还是高档门，是否为电子门锁；房间内卫生间的新旧程度，有无浴缸，是否是干湿分开的(有无单独的淋浴房)，洗漱用品配备得是否齐全，房间面积有多大(标准间一般 20 ～ 40 平方米)；



床的宽度是1米、1.2米还是1.4米，若为低档酒店，最好掀开床盖用手压一压床垫，看有无凸凹不平；电视是液晶的还是老式的；有无圈椅或茶几、椅子；是挂在墙上的简易衣架还是质地很好的衣柜；是否有无线网；有无供客人免费使用的计算机等；房间内有无自费的饮料、水果；电视是否有收费频道等。套房一般又分为普通套房、商务套房和总统套房。客房的面积和设施不同，价格也有很大的差异。

(5) 看餐厅。

一般情况下，客人会在酒店用早餐，有的晚餐也在酒店用。招待宴会基本都是在酒店内用餐。如果人数较多，就要注意餐厅最多能摆多少张圆桌。如果领导要讲话，还要注意是否有舞台。有的酒店不同楼层的多功能厅桌位紧张时也兼做餐厅，那就要注意旁边是否有备用的厨房，菜是从楼下厨房运上来，还是在旁边备用厨房做，这关系到上菜的速度和饭菜的凉热程度。

(6) 看会议室。

总共有多少个会议室，各能容纳多少人；设施怎样，收费多少，给旅行社的优惠价格是多少等。

(7) 看价格和房源。

计调员订房时要讲信誉，游客人数有变化时应提前通知酒店。如果团队临时取消会影响酒店接其他团，就要适当赔偿损失，付款要及时、不拖欠，这些都会影响酒店对计调员的评价，进而影响长期的合作关系。另外，要注意淘汰游客反映硬件设施有问题、软件服务跟不上的酒店，以免影响服务质量。

3. 会针对不同的游客选择不同类型的酒店

随着经济的发展、人们收入水平的提高和活动范围的不断扩大，出现了各种类型的酒店。例如，商务型酒店主要是满足商务散客，也就是出差或来此地办事的人的需要。这类酒店为了给会员提供方便，很多是全国连锁型的。有的经济类酒店有四人公共卫生间、公共淋浴的房间，以满足客人只要省钱、能休息，干净、卫生就行的简单需求。旅游酒店则是以接待旅游团队和散客为主。计调员要根据游客的需求，提供合适的酒店。目前，绝大部分外国旅游者选择在酒店住宿，港澳台同胞选择私人住所住宿的比例较高，国内旅游者选择在酒店住宿的人群以高学历的年轻人为主，且集中在商务、会议、交流方面，以观光游览为目的的国内旅游者主要选择经济型酒店。



相关链接 2-1

酒店的基本类型

1. 根据酒店服务设施设备豪华程度和服务水平分类

根据服务设施设备豪华程度和服务水平，酒店可分为豪华(高档)酒店(设施设备优良高级，服务项目齐全，服务水平高，价格也高)；较豪华(中档)酒店(价格适中)；经济型(低档)酒店(价格较低)。



2. 根据酒店的规模分类

根据规模，酒店可分为小型酒店(客房数不超过 300 间)、中型酒店(客房数为 300～600 间)和大型酒店(客房数为 600 间以上)。

3. 根据酒店市场及宾客特点分类

(1) 商务型酒店。此类酒店也称暂住型酒店，多位于城市的中心地区，主要接待商务客人、旅游客人及因各种原因作短暂逗留的其他客人。

(2) 长住型酒店。此类酒店的宾客通常长期或永久居住，因而其主要市场是住宿期较长的在异地短期工作或度假的客人或者家庭。其一般只提供住宿、饮食等基本服务，但服务讲究家庭气氛，特点是亲切、周到、针对性强。

(3) 度假型酒店。此类酒店传统上以接待游乐、度假的客人为主，多位于海滨、山区、温泉、海岛、森林等地，开辟各种体育活动项目来吸引客人。

(4) 会议型酒店。此类酒店的主要接待对象是各种会议团体。此类酒店通常位于大都市和政治、经济中心或交通方便的旅游胜地，要求酒店设置足够数量的、多种规格的会议厅或大的多功能厅，会议设备齐全。会议酒店一般都配备工作人员帮助会议组织者协调和组织会议各项事务，要求酒店提供高效率的接待服务。

(5) 汽车酒店。此类酒店常见于欧美国家的公路干线上。早期此类酒店设施简单，规模较小，有相当一部分仅有客房而无餐厅、酒吧，以接待驾车旅行者为主。现在，有的汽车酒店不仅在设施方面有很大改善，而且趋向豪华，多数可提供现代化的综合服务。

2.1.2　餐饮知识

对于旅游者而言，“食”是旅游活动中的基本要素之一。旅游者通过“食”，不仅可以补充因旅游付出的体力消耗所需要的营养与水分，维持生理需要，还可以通过餐饮去体验异国、异地的风土人情，使旅途更加丰富多彩。因此，餐饮服务业是旅游业不可或缺的组成部分。

1. 了解本地及旅游线路所在地餐饮业的基本情况

计调员应该了解本地、旅游线路沿线餐饮服务业的分布情况，即有哪些餐饮企业、各有什么特色、有哪些风味餐等。对餐饮企业的地理位置、就餐环境、服务质量、菜品数量、菜品质量、卫生设施、停车场地、联系人、联系电话等也要详细地了解，并把这些要素记录下来，便于随时查阅和订餐。

2. 掌握标准团队餐的选择与拟定

(1) 餐标及菜单。

计调员在操作旅游团队时，必须学会编制菜单。以国内团为例，标准团队餐通常为早餐 5 元 / 人，正餐 50 元 / 人(10 人 1 桌，8 菜 1 汤)。团队餐质量差往往会成为旅游团产生不满和投诉的问题点。接待旅游团队的餐厅都有按照不同标准定制的包桌，但有的质量达



不到标准。计调员不能盲目地接受餐厅给出的标准，而要学会根据客源地(或游客类别)的不同按照标准罗列菜单。例如，“夕阳红”老年团的饮食要清淡，荤素搭配得当；北方游客偏重面食，可在主食上配置馒头、花卷等；南方游客好甜食；四川、湖南游客喜欢吃辣……无论是哪里的游客，如果在餐后添加一道水果，团餐的档次就会提升。注意到以上这些细节，即便再挑剔的游客也会心满意足。



相关链接 2-2

餐标 50 元／人的团队正餐菜单

1. 主菜

(1) 青椒土豆丝(酸辣土豆丝、红烧茄子、韭菜炒银芽、清蒸水蛋)。

(2) 西红柿炒鸡蛋(玉米西红柿粒，俗称“满江红”)。

(3) 麻婆豆腐(红烧豆腐、家常豆腐)。

(4) 丝瓜毛豆(蒜蓉丝瓜、酒香茼蒿、茭白青椒)。

(5) 鱼香肉丝(京酱肉丝、青椒肉丝、木耳炒肉片)。

(6) 葱爆羊肉(土豆烧牛肉、辣子鸡块)。

(7) 清蒸鲈鱼(草鱼、鲤鱼、酱汁鲶鱼)。

(8) 青椒塞肉(面筋塞肉、红烧狮子头、大盘鸡、梅菜扣肉)。

2. 汤类

豆腐鸡蛋汤、冬瓜丸子汤、西红柿鸡蛋汤、紫菜蛋花汤、玉米羹、酸辣汤、三鲜汤等。

3. 主食

米饭、面条、烙饼、稀饭、馒头、包子等。

(2) 选好就餐地点。

计调员的思维一定要灵活，不要认为团餐就一定安排在接待团餐的地方。其实很多团餐厅，因为接待的团量大，即使提高餐标也没办法保证良好的环境和口味。还有的团餐厅接待游客人数较多时，不能保证良好的卫生环境。所以，对一些高档团队或者想吃当地风味餐的团队，应尽量避开团餐厅，可以去当地普通的酒店就餐。一般在入住的酒店内用正餐，相对来说是比较贵的，还有的四星级酒店每桌低于 800 元不予接待，所以要尽量避开，除非游客坚持要求在酒店内就餐。

3. 掌握当地风味餐的选择和预订方法

有些团队到了一个新的地方一定要吃当地的风味餐，如到北京吃烤鸭，到重庆吃火锅，到云南吃过桥米线等，这些风味餐价格一般比较高。游客品尝风味餐有两种形式：一种是计划内的，即在旅游行程中安排了风味餐，如在重庆、四川旅游，有些团队安排了火锅，费用已经计算在团费里；另一种则是计划外的，是游客自费品尝风味餐，这种就要单独计算费用。计调员应在行程中注明风味餐的名称、价格、主要特色及付款方式。

2.1.3　交通知识

旅游交通的任务是解决旅游者在定居地与旅游目的地之间的往返，从一个目的地到另外一个目的地，以及在一个目的地内的各地区之间便利往来的问题。国内接待计调员应主要掌握本地交通工具和景区交通工具的使用。

1. 了解各类旅游交通的优、缺点，合理安排交通工具

计调员要了解各种交通工具的优、缺点，在安排行程时合理搭配各种交通工具。根据交通线路和交通工具的不同，旅游交通一般可分为铁路、公路、航空、水运和特殊交通 5 种类型。这几种旅游交通类型相互配合、互相补充，为旅游活动的开展提供了便利的物质条件。

2. 掌握本地及景区交通运行情况

国内接待计调员应主要掌握本地交通的运行情况、旅游行程经过地区的交通情况、旅游景区的交通情况。例如，本地的交通工具有哪些种类；本地有哪些汽车站、火车站、机场；这些枢纽站距离旅行社有多远，距离主要酒店有多远；本地主要旅游运输公司有哪些，有哪些车型，价格如何，联系人及联系电话，驾驶员的基本情况；旅游行程沿途的加油站、汽车维修站情况；旅游景区的观光车、索道、游船、电瓶车等交通工具的价格、使用情况等。

3. 了解本地旅游车的车型和计价方法

(1) 车型。

国内接待计调员在为团队设计行程时，公路交通是不可缺少的一个重要组成部分，计调员只有对公路交通非常了解，才能驾轻就熟地安排团队，准确核算出团队的成本。计调员在安排汽车团队时需要按照团队的人数来安排汽车的型号。不同型号的旅游汽车，载客人数、车内环境、乘坐感觉、租赁价位也有所不同。

(2) 旅游常用车型计价方法。

① 根据运载千米数来计算租赁价格。在实际操作中，计调员往往通过旅游车的运载千米数来概算出车辆的租赁价格。例如，成都到九寨沟 435 千米，25 人的团队，首先选择车型，然后就可以按照相关链接 2–3 中表 2–1 所列的单千米价格，概算出租赁汽车的价格，其计算公式为

$$汽车租赁价格 = 单千米价格 \times 千米数$$





相关链接 2–3

表 2–1　旅游常用车型及计价参考

类别	车型	品牌	市内用车(80 千米内按次或按天)计价	超千米用车(80 千米以外)计价
小型车	5+1	长安、昌河铃木	通常与出租车千米计价相同，无等候费用，1.0～1.2 元 / 千米，高速公路过路费平均为 0.8～1.0 元 / 千米，适宜包车租赁	旅游团选择该车的情况一般较少，超千米往往选用别克商务车或者豪华轿车，故特殊情况另计
	6+1 或 9+2 或 13+1	金杯(瑞丰、奔驰)	通常与出租车千米计价相同，无等候费用，1.2～1.6 元 / 千米，高速公路过路费平均为 1.0 元 / 千米，适宜包车租赁	1.2 元 / 千米，高速公路过路费平均以 1.0 元 / 千米计算
	15+1 或 19+1+4 座	依维柯	接送团队(单次，含桥杂费)为 150 元 / 次；半天用车为 250 元；全天用车为 500 元；套车(受时间和条件的影响，单次参考价格)为 400 元 / 次	1.6 元 / 千米，高速公路过路费平均以 1.0 元 / 千米计算
	18+1 或 22+1	金龙	接送团队(单次，含桥杂费)为 150 元 / 次；半天用车为 250 元；全天用车为 500 元；套车(受时间和条件的影响，单次参考价格)为 400 元 / 次	1.8 元 / 千米，高速公路过路费平均以 1.0 元 / 千米计算
	21+1+6 副座	考斯特(四川丰田)	接送团队(单次，含桥杂费)为 240 元 / 次；半天用车为 350 元；全天用车为 600 元；套车(受时间和条件的影响，单次参考价格)为 450 元 / 次	2.5 元 / 千米，高速公路过路费平均以 1.0 元 / 千米计算
中型车	28+1 或 31+1+1	金龙、宇通(中)	接送团队(单次，含桥杂费)为 250～300 元 / 次；半天用车为 350～400 元；全天用车为 600～700 元；套车(受时间和条件的影响，单次参考价格)为 500～600 元 / 次	3.0～3.5 元 / 千米，高速公路过路费平均以 1.0 元 / 千米计算
大型车	39～55 座	金龙、宇通、北方(大)	接送团队(单次，含桥杂费)为 300～500 元 / 次；半天用车为 500～600 元；全天用车为 800～1 000 元；套车(受时间和条件的影响，单次参考价格)为 600～800 元 / 次	4.0～6.0 元 / 千米，高速公路过路费平均以 1.0 元 / 千米计算



② 根据运行时间来确定价格。看从出发地到目的地用了多长时间，然后根据表 2-2 中不同的公路等级大体估算出从出发地到目的地之间的千米数，运用上述公式概算出车辆的租赁价格。

表 2-2　旅游车不同公路时速

路况类型	高速公路	一级公路	高等级公路	城区公路	山路
时速(千米 / 小时)	100	80	60	40	25

4. 掌握交通票据预订、核对及变更方法

计调员应根据旅游者或旅游团队的旅行计划和要求，向交通运输部门预订各种票据，并将填写好的订票单在规定日期内送交预订处。在取票时应根据旅行计划逐项核对票据的日期、离开时间、班次、去向、乘客名单、票据数量及票据金额等内容。购票后，如因旅行计划变更造成乘客人数增加、减少、旅行计划取消等情况，计调员应及时办理增购或退票手续，保证旅游者能够按计划乘(机、船)车，同时减少旅行社的经济损失。

2.1.4　景区知识

旅游景区是指具有吸引国内外游客前往游览的明确的区域场所，能够满足游客游览观光、消遣娱乐、康体健身、求知等旅游需求，具备相应的旅游服务设施，并提供相应的旅游服务的独立管理区。旅游景区是旅游活动的主体，它是旅游者选择该项旅游产品最主要的原因和动机。游览景点是旅游行程中的核心内容，是旅游者在旅游目的地进行的最基本和最重要的旅游活动，各项服务都围绕这个主体展开。

1. 了解旅行社经营范围内旅游景区的基本情况

计调员要了解地接范围行程中所有景区景点的类型、资源品位、特点，淡旺季门票价格，门票的减免情况、折扣情况，开放时间，游览时间，景区游览线路，景点在游客中的吸引力，景点是否安全，到达景点的交通状况如何，景点的管理是否严格，有哪些自费景点等，还要特别关注不同客源地游客对这些景点的评价。



相关链接 2-4

旅游景区的分类

1. 自然风光类

自然风光类景区是以当地独特、优美的自然环境为主，由当地旅游部门精心开发而成的景区，适合休闲、养生等，如著名的自然风光景区有黄山、桂林、九寨、张家界等。黄山自然风光如图 2.2 所示。





图 2.2　黄山自然风光

2. 文化古迹类

文化古迹类旅游景区主要指古代时期就存在，却未因时间原因消逝，以具有一定的文化价值或历史价值的文物古迹为主的景区。文化古迹类景区是人们学习历史、了解历史及教育当代人的良好场所，如北京故宫、长城、天坛、颐和园、云冈石窟、沈阳故宫、莫高窟、秦始皇帝陵、周口店北京猿人遗址、承德避暑山庄、曲阜孔庙、平遥古城、丽江古城、龙门石窟、五台山、殷墟、大足石刻、福建土楼、凤凰古城等。秦始皇兵马俑博物馆如图 2.3 所示。



图 2.3　秦始皇兵马俑博物馆

3. 风景名胜类

风景名胜类旅游景区是指具有独特的风光、景物及古迹，同时也包括独特的人文习俗的景区。风景名胜是人们休闲、学习、放松心情的好去处，如北岳恒山、云台山、鸡公山、青城山、峨眉山、崂山、棋盘山等。

4. 红色旅游类

红色旅游是把红色人文景观和绿色自然景观结合起来，把革命传统教育与促进旅游产业发展结合起来的一种新型的主题旅游形式。其打造的红色旅游线路和经典景区，既可以供人观光赏景，也可以让人了解革命历史，学习革命斗争精神，发扬新的时代精神，并使之成为一种文化。



2. 与旅游景区签订合作协议

根据本旅行社的需求与选定的游览单位进行洽谈、协商合作事宜，包括旅游团队门票折扣、旅行社散客门票折扣(包括代理推广景区不成团的补助，年底返利，广告支持额度，游览前是否传真确认，门票、殿堂等的单价折扣价，大、小车进园的单价，结算方式和期限，陪同的减免人数及费用等)。

2.1.5　购物知识

旅游购物日益成为旅游业发展的重要因素之一。旅游资源的吸引力固然是旅游者产生旅游动机的首要因素，但随着旅游业的发展和人们收入水平的提高，旅游购物越来越受到旅游者的喜爱。

1. 了解旅行社所在地及经营线路所在地旅游购物情况

旅游购物在外汇收入中所占份额越来越大，许多地方旅游购物的收入占旅游总收入的一半以上。因此，开发旅游商品成为各国、各旅游目的地发展旅游业的重要项目。许多旅游发达国家不惜投入巨额宣传费用，以增加购物在旅游总收入中的比重。计调员应根据本旅行社的经营计划，调查、收集各地与旅游产品相配套的购物商店及其相关的信息资料。



相关链接2-5

旅游购物的类型

1. 旅游生活用品

旅游生活用品种类繁多，因人、因地、因时各不相同，包括旅游服装，鞋帽(旅游鞋、草帽等)，旅游卫生用品(手纸、手绢、毛巾、药品等)，旅游洗涤用品(香皂、牙膏、洗涤剂等)，旅游摄像摄影用品(录像机、照相机、电池等)，旅游防护用品(手杖、防晒霜等)及其他旅游商品(旅行包、手电筒、指南针等)。

2. 旅游文化用品

旅游文化用品主要是指各种介绍景点的导游书、旅游图、交通时刻表、笔记本、明信片、信笺、旅游用笔、纸张、印章等。

3. 旅游食品

旅游食品是指能够随身携带或邮寄的、用于旅游的主副食品和饮料等，包括各地的名酒、名菜等土特产。

4. 旅游纪念品

旅游纪念品是指以旅游景点的文化古迹或自然风光为题材，利用当地特有的原材料制作，并带有纪念性的商品，包括旅游纪念章、纪念图片、景点景区光盘等。



2. 选择质量有保证的购物商店

① 购物地点要相对集中。购物点太远，则浪费的时间太多，要尽量相对集中，便于游客购物。

② 购物商店应当正规，以保证商品的质量。选择的购物点应该是指定的正规的定点购物商店，提供的商品有质量保证，并在旅游行程中注明购物点的名称、主要经营特色。

③ 商品价格合理。对于某些购物点价格太高的商品，游客意见大，投诉较多，因此，计调员要选择商品价格合理的购物点，并与之签订合同。

2.1.6 娱乐知识

旅游娱乐业是指为旅游者提供各种游览娱乐设施，以满足其游乐需要的各类相关行业的总称。这是构成旅游活动的六大要素之一，它是旅游者在旅游过程中穿插进行的一种文娱活动项目，强调娱乐性和参与性。

1. 了解当地旅游娱乐项目的情况

旅游娱乐产品的生产，有的以酒店、旅游景点为依托，设计编排民俗风情等文艺演出；有的则由旅游娱乐企业生产，这些企业为满足旅游者的需要，投入空间设备和康乐娱乐设施等，经营综合性或单一性娱乐场所，如大型游乐园、跑马场、高尔夫球场等。计调员要掌握娱乐项目的类型、内容、价格、演出时间等基本情况。



相关链接 2-6

旅游娱乐业的类型

1. 健身性娱乐

健身性娱乐集游玩、健身、个性、挑战于一体，通常有游泳、武术、保龄球、高尔夫球、滑雪、冲浪、自行车旅游、登山等，它越来越受到旅游者尤其是度假、专项旅游者的欢迎。

2. 赌博性娱乐

赌博性娱乐，在美国有赌场、赛马、彩票等。欧洲的袖珍国家摩纳哥靠赌博业吸引游客，南美的巴西及巴拿马也靠赌博支撑旅游业。在亚洲，韩国首尔的华克山庄赌场有“东方拉斯维加斯”之称，中国澳门也靠博彩业享誉世界。

3. 游戏性娱乐

游戏性娱乐，一般是设计别致、立意新奇、游艺内容具备的综合游乐项目。例如，著名的迪士尼乐园，其中各种惟妙惟肖的动画形象使不同年龄、不同性别、不同肤色的人都感到新颖别致、妙趣横生。

4. 文化性娱乐

文化性娱乐是既能愉悦旅游者身心，又能使其领略异域文化氛围的旅游项目，如影视、歌舞、杂技、民俗表演及各种文化性展览等，深受旅游者的喜爱。



2. 选择健康的旅游娱乐项目

(1) 娱乐项目安全且有特色。

很多旅游者到旅游目的地之后想了解、体验当地的文化。当地举办的一些娱乐项目就是当地文化的体现。例如，到四川九寨沟旅游，晚上通过观看藏羌族文艺晚会，就可以了解一些藏族和羌族文化。目前，大多数旅游景区准备了一些娱乐项目，计调员在安排或者推荐娱乐项目时，一定要考虑安全性，在安全性得到保证的基础上再考虑是否有特色。

(2) 娱乐项目内容要健康。

计调员安排或推荐的娱乐项目内容一定要健康，不能违反国家法律的规定。

(3) 娱乐项目价格要合理。

目前一些景区推出的娱乐项目，特别是自费的娱乐项目，如有些演出、马戏等活动价格太高，导致游客投诉导游。

2.1.7　本省地图知识

旅行社计调员要掌握一些地图知识，要养成读地图、用地图的好习惯。在给游客制作旅游行程时，要学会使用政区图和交通类地图，便于了解各个景点之间的空间位置和方位，使制定的行程更加合理；在给游客介绍游览线路时，要学会使用线路图，使游客对整个旅游活动的走向有清楚的认识；在为游客介绍旅游景点时，要学会使用景区导游图，便于游客知道该景区景点的分布情况。在行程表中最好附上地图。计调员在旅行社工作期间，每次做完行程后，如果给游客附上一些旅游线路图、景区导游图，游客会感到很高兴，也能对整个旅游活动要经过的地方非常清楚。

【任务实训】

绘制本省旅游交通图和旅游景点分布图

▶ 实训目的

了解本省旅游交通及旅游景点的分布情况。

▶ 实训内容

要求每个学生绘制一份本省旅游交通图和旅游景点分布图。

▶ 实训步骤

第一步：教师用课件讲解本省旅游交通和旅游景点的分布情况。
第二步：学生在网上收集相关地图。
第三步：学生绘制示意图。

▶ 实训成果

每位学生提交一份手绘的本省旅游交通图和旅游景点分布图。

采集本地旅游信息

▶ 实训目的

了解本地旅游六大要素的基本情况，掌握旅游六大要素的收集方法。

▶ 实训内容

要求每位学生采集本地旅游六大要素的基本信息。

▶ 实训步骤

第一步：分别收集自己所在地一家三星级酒店和四星级酒店的名称、地点、设施情况、经营方向、基本价格、联系人、联系电话等信息。

第二步：收集自己所在地两家汽车租赁公司的信息，掌握汽车公司的车辆数目、车型、性能、车况、驾驶员技术水平、公司管理状况、服务规范、准运(营运资格)、租车费用等。

第三步：收集自己所在地两家餐饮单位的信息，掌握餐饮单位的地理位置、车位、洗手间、餐标、主要经营风味、菜单(特色餐)、结算方式、销售配合、环境、停车场地、接待能力和服务情况等。

第四步：收集自己所在地两家旅游景区的信息，掌握景区的名称、地理位置、游览线路、主要特色、淡季和旺季的门票价格等。

第五步：收集自己所在地两家购物点的信息，掌握购物点的名称、地点、主要产品、经营特色。

第六步：收集自己所在地两台文艺演出的信息，掌握文艺演出的名称、主要表演场所、大致内容、票价、演出时间。

▶ 实训成果

每位学生提交一份旅游信息采集资料。

【任务完成】

通过对本任务的学习，学生明确了国内接待计调员应该从哪些方面来掌握本省酒店、餐饮、交通、游览、购物、娱乐等方面的知识，掌握了旅游六大要素信息采集的方法，能够顺利地采集本省的各种旅游信息。

任务 2.2　本省旅游线路的开发与报价

【任务导入】

▶ 案例介绍

2018 年国庆黄金周，成都某旅行社海螺沟专线组织了一批游客(共 4 辆车)到海螺沟



旅游。从 9 月 30 日晚上开始，该专线部的所有人员都在加班。10 月 1 日上午 9:20，计调员小李接到导游的电话，了解到康定到磨西镇的一处公路塌方，车辆无法通行，游客晚上不能到磨西镇入住，必须另外找旅馆入住。国庆节期间，住宿都很紧张。小李接到导游电话后，马上把情况向计调部领导汇报，计调部的所有人员都通过不同渠道在泸定县寻找旅馆。毕竟是国庆黄金周，各大旅馆都是爆满，想找到规模较大的旅馆很难。幸好，计调员小李有一位同事的老家是泸定，她家还空着几间房。最后，安排了白天出过轻微车祸的一辆车上的人去同事家住，其他 3 辆车上的人由于实在无法找到旅馆，就只好在车上过夜。

(资料来源：作者根据学生顶岗实习期间旅行社发生的真实案例编写。)

▶ 问题

这个案例说明了什么问题？今后遇到类似的问题应该怎么解决？

▶ 案例解析

计调员一定要多掌握当地的资源，与多家酒店、餐饮部门建立紧密的合作关系，熟悉当地的情况，保证遇到类似问题时，可以迅速找到解决问题的办法。若计调员手中资源不够丰富，对周围环境不够熟悉，在旅游旺季遇到类似的事情，根本没有办法迅速找到解决办法。

【任务分析】

国内接待计调员主要负责本地旅游线路的开发与报价，应该熟悉本地旅游景区、交通、住宿、餐饮、娱乐、购物等各个要素的基本情况，能根据组团社的要求，及时为游客设计满意的旅游线路，并为游客做出合理的报价。

2.2.1　本省旅游线路的开发

旅游线路是旅行社根据市场需求，结合旅游资源和接待服务的实际状况，为旅游者设计的、包括整个旅游过程中全部旅游项目和服务内容的旅行游览计划。旅游线路包括游览景点、参观项目、住宿、交通、餐饮、购物、娱乐活动等多种要素。

1. 旅游线路的类型

根据不同的分类标准将旅游线路进行分类。

(1) 按照旅游线路的起止特征划分。

按照旅游线路的起止特征，旅游线路有流线型、环型、辐射型 3 种形式。流线型旅游线路只有一个起点、一个终点，旅游活动自起点开始，至终点结束。例如，“北京—西安—上海—桂林—香港”这条旅游线路就是以北京为起点，以香港为终点。环型旅游线路从起点到终点都是一个环节，起点即终点，如“广州—桂林—西安—北京—南京—苏州—杭州—广州”这条旅游线路。在环型旅游线路中有一个节点(经常是出入境口岸城市或一



个区域的交通枢纽城市)往往需要“二进二出”。辐射型旅游线路以一地为起点，而终点有多个选择，因而可供选择的旅游线路也有多条。例如，“北京—南京—无锡—苏州—上海”“北京—西安—上海”“北京—西安—桂林—广州”这3条线路都以北京为起点，但旅游线路不一样，终点也不同，这样的旅游线路就是辐射型旅游线路。

(2) 按照旅游线路的距离划分。

按照旅游线路的距离，旅游线路可划分为3种，即短程旅游线、中程旅游线、远程旅游线。短程旅游线的游览距离较短，活动范围较小，一般有在一个地区级旅游城市推出的市内1日游、2日游等；旅游城市到周边城镇、远郊县区的旅游线路等。中程旅游线的游览距离较远，活动范围一般在一个省级旅游区以内或跨省级旅游区的周边地区。远程旅游线的游览距离长，旅游者活动范围大，一般指在跨省级旅游区范围以上，包括海外旅游线路、边境旅游线路和国内远距离旅游线路。

(3) 按照旅游活动的天数划分。

从时间上来说，旅游线路有1日游、2日游、4日游及多日游等。这种划分方式在我国的国内游中比较普遍。其优点是旅游者一眼便可看出所需旅游时间的长短；对于旅行社来说，可根据时间长短来安排旅游内容，并且比较容易确定价格。从我国旅行社现行的操作情况来看，它的缺点是对旅游主题的表述往往不明确，体现不出旅游线路的特色，例如，北京—天津6日游、昆明—大理—丽江8日游线路。旅游消费者很难从中看出产品的核心特色。

(4) 按照旅游者出游的组织形式划分。

旅游者在外出旅游时会有各种组织形式，根据旅游者出游的组织形式，旅游线路可分为包价旅游线路、拼合式旅游线路、跳跃式旅游线路和自助式旅游线路等。

① 包价旅游线路。包价旅游线路是指旅游者在外出旅游时，一次性付费购买包括交通、住宿、餐饮、门票、保险、导游服务等在内的旅游产品。旅游者在购买包价旅游线路后，一切旅游活动均由旅行社安排，旅游者不用自己操心。

全包价旅游线路是指旅游者采取一次性预付旅游费的方式，将各种相关旅游服务全部委托一家旅行社办理的旅游形式。半包价旅游线路是在全包价旅游线路的基础上扣除餐费的一种包价形式。半包价旅游线路与全包价旅游线路的主要区别在于其不含午餐、晚餐的费用，其目的是降低产品的直观价格，提高产品的竞争力；同时，旅游者的用餐自由度得到提高，方便游客选择风味餐。小包价旅游线路又称可选择性旅游线路，它由可选择部分和非选择部分组成，具有灵活、经济的特点。游客购买的是非选择部分，这部分包括往返接送、住宿和早餐。可选择部分包括导游服务、风味餐、节目欣赏和参观游览等，旅游者可根据自己的需要自由选择，这些可选择部分的项目可以提前预付，也可以现付。小包价旅游具有经济实惠和灵活方便的特点。

② 拼合式旅游线路。拼合式旅游线路是指在整个旅程设计中有几种分段组合线路，旅游者在购买时可以自己选择和拼合，并且在旅程中可以改变原有的选择(分段)。拼合式旅游线路的设计原理和技术、要求与包价旅游线路基本上是一样的，它们的区别仅在于前者有几种分段组合的线路，而后者是一条完整的线路。

③ 跳跃式旅游线路。跳跃式旅游线路是指旅行社提供的只是整个旅程中几小段线路



或几大段服务，其余皆由旅游者自己设计。跳跃式旅游线路实际上是一种半自助式旅游线路，旅游者有较大的自由度与自主权，这种线路的设计相对要简单得多。

④ 自助式旅游线路。自助式旅游线路是指旅游者自行组织旅游活动的一种旅游线路，其线路的设计、旅游活动的实施没有旅游中介组织(如旅行社)的介入。自助式旅游最大的特色就是旅游内容自主性很强，每个人都有充分的时间来享受旅游中的乐趣。自助式旅游者可以完全控制旅游费用，花的每一分钱都在自己的掌控中。

(5) 按照旅游目的划分。

旅游目的是旅游者出游的主要动机。根据旅游者的旅游目的，旅游线路可分为观光游览旅游线路、探亲访友旅游线路、休闲度假旅游线路、公务商务旅游线路、修学旅游线路和科考探险旅游线路。

① 观光游览旅游线路。观光游览旅游线路是我国目前旅游线路的主要形式。观光游览旅游者一般喜好周游型旅游线路，以走马观花式的方式出游。旅游者对观光游览旅游线路的最基本要求是旅游资源级别要高，旅游地与旅游者常住地的差异较大，旅游费用比较经济等。旅游者一般不会重复使用同一条观光游览旅游线路。

② 探亲访友旅游线路。旅游者探亲访友的目的非常明确，旅游目的地也非常明确。探亲访友旅游线路比较简单，一般是旅游者常住地到其亲友的所在地，旅游线路通常是两点一线的形式。这类旅游线路的旅游者一般以自助旅游方式完成。旅游者重复使用同一条旅游线路的可能性较大。

③ 休闲度假旅游线路。休闲度假旅游对旅游目的地的选择不如观光游览旅游线路那样有较高的要求，旅游者对旅游费用的敏感程度也不如观光游览线路那么高，旅游目的地(旅游景点)的数量也没有太高要求。选择休闲度假旅游线路的旅游者追求的是旅游体验和修身养性。旅游者重复使用同一条旅游线路的可能性较大。

④ 公务商务旅游线路。公务商务旅游者是一种特殊的旅游者，他们的旅游目的地一般不由自己选择，外出旅游的时间也不由自己做主，而是根据公务商务的需要来确定。这种旅游者对价格并不敏感，他们追求的是行程的快捷、方便、舒适，办事的高效率等。公务商务旅游者一般不会购买旅行社现成的旅游线路产品，他们需要旅行社提供的主要是票务、订房等服务。现在有的旅行社推出的会展旅游就属于公务商务旅游线路的组成部分。

⑤ 修学旅游线路。修学旅游线路的对象是特定的，一般都是在校学生，通常由教师带队。他们的旅游目的是旅游与修学并重，有的就是以修学为主，旅游只是附加或附属的部分。修学旅游线路对于旅游目的地有特殊的要求，要能增加知识，有时修学旅游是学习内容的组成部分。使用修学旅游线路的旅游者对于费用比较敏感，对于食、住、行等要求不是太高。修学旅游线路推出的时间性较强，一般以假期为多，如寒暑假、“黄金周”等。

⑥ 科考探险旅游线路。科考探险旅游线路的专业性较强，一般以自助旅游线路为多。这样的旅游线路由旅行社推出的难度较大，使用这种旅游线路的旅游者不会太多。

(6) 按照旅游线路的档次划分。

旅游线路会根据旅游者对食、住、行等方面的档次和费用的高低要求，划分为豪华团、标准团和经济团。



① 豪华团旅游线路。旅游费用较高，一般游客住宿和餐饮安排于四星级或五星级酒店或豪华游轮里(或高水准的客房、舱位)；享有中高级导游服务；享用高档豪华型进口车；餐饮以目的地特色餐饮为主；享用高水准的娱乐节目欣赏；一般长途往返使用飞机航线(干线和支线)。

② 标准团旅游线路。旅游费用适中，一般游客住宿和餐饮安排于二星级或三星级酒店或中等水准的酒店、游轮里的双人标准间；享用豪华空调车；餐饮以标准餐八菜一汤为主；一般长途往返使用飞机航线(只限于干线)或火车卧铺。

③ 经济团旅游线路。旅游费用低廉，游客住宿和用餐于低水准的招待所和旅社；享用普通汽车；餐饮以游客吃饱为基本标准；一般长途往返以火车硬座为主。

2. 旅游线路开发的原则

(1) 市场原则。

市场原则就是要求旅行社在开发旅游线路前，对市场进行充分的调查研究，预测市场需求的发展趋势和需求数量，分析旅游者的旅游动机。该原则要求旅行社进行旅游线路开发时必须首先了解和掌握旅游市场的需求状况，包括需求的内容、满足程度、发展趋势、潜在需求状况和整个市场的规模、结构及支付能力，然后根据这些因素进行旅游线路的开发。市场需求处于动态变化之中，这就使旅行社在进行旅游线路开发的时候不应局限于对客源市场现实需求的满足，还应把握市场的各形成要素，了解长期的发展方向，预测潜在需求的变化趋势。所以，旅游线路开发设计人员要及时掌握市场动态信息，提高旅游线路的使用价值。

(2) 突出特色原则。

旅游线路可以多种多样，特色是旅游线路的灵魂。突出特色是旅游线路具有吸引力的根本所在。这就要求对旅游线路的资源、形式要精心选择，力求充分展示旅游的主题，做到特色鲜明，以新、奇、异、美吸引旅游者的注意。在确定旅游线路的时候，应尽量使用带有“最”字的旅游资源，这样可以提高旅游线路的吸引力和竞争力。旅游者前来游览的重要目的之一便是体验异乡风情。不难想象，如果旅游线路同客源地的情况没有太大的差别，游客是不太愿意前来游览的。

(3) 供给全面原则。

旅游是一项综合性极强的活动，旅游者在旅游活动中需要得到吃、住、行、游、购、娱等各种服务，还需要其他行业对这些提供支持。实际上，旅游业的发展需要全社会的支持，要想保证旅游者的最佳旅游体验，也需要全社会的努力。旅游供给是旅游线路设计的前提。旅游资源的类型、规模、级别、容量、季节变化等，旅游交通的方式、便利程度、舒适程度、服务水平等，酒店的规模、级别、服务水平等，娱乐设施的种类、购物设施的种类，导游翻译服务的水平，旅游目的地的公用设施的水平、相应机构的服务水平等，都会对旅游者在旅游目的地的旅游体验产生重大影响。在旅游供给中，对旅游者来说最敏感的是价格问题。景点门票、交通、食宿、导游、保险等一系列费用成为旅游产品(旅游线路)价格的主要构成部分，而这些费用都与旅游供给有直接的关系。



(4) 时效优先原则。

① 展现最美的旅游景观。当旅游者选择一条旅游线路，选定一个旅游目的地进行旅游活动的时候，他主要是想看到旅游目的地最美的季节和最动人的景观。要想满足旅游者的这种心愿，在设计旅游线路时要尽量注意旅游景观的时效性。

一是根据自然景观的季节性变化设计线路。自然景观作为旅游活动的客体，具有季节性变化的特征。一些自然景观受季节变化影响一年四季呈现不同的景象。某些特定的自然景观只有在特定的季节或特定的时间才能看到，如观赏香山红叶只有在深秋时节，吉林树挂(图 2.4)只有在严冬时节才会出现等。旅行社在设计旅游线路时，应该熟悉各个旅游地自然景观的季节变化特点，推出相应的旅游线路。



图 2.4　吉林树挂

二是围绕民间节庆活动设计线路。在世界各地，各种类型的民间节庆活动比比皆是。这些民间节庆活动以丰富的内容、奇特的形式吸引着旅游者。特别是一些世界知名的节庆活动，如巴西的狂欢节、德国的啤酒节、中国傣族的泼水节(图 2.5)等，更是对旅游者有极大的吸引力。然而，节庆活动并非天天都有，只在特定的时段才会举行。旅行社要完成对民间节庆旅游线路的设计，就离不开对民间节庆信息的了解。

三是根据旅游地的气候环境设计旅游线路。旅游活动是一种以户外为主进行的活动，气候环境是否舒适，在很大程度上会影响旅游者的旅游体验或旅游满意程度。研究表明，一般来说，气温为 18 ～ 23℃，相对湿度为 65% ～ 85%，空气比较洁净、透明，日照中含有一定的紫外线，每立方厘米空气中含有负离子 1 000 ～ 1 500 个，气压为 100 千帕左右，风速为 2 米 / 秒左右，旅游者就会感到比较舒适。例如，4 月到 9 月，印度酷热难耐，显然不是旅游的最佳季节；9 月到来年 3 月，是尼泊尔旅游的最佳时光；柬埔寨的雨季来临之时，旅游者会感到不舒服。在不适合旅游的季节进行旅游，往往会使人感到遗憾。旅行社在设计旅游线路时，不能单纯地考虑旅游地的景观状况，而忽视气候环境的舒适状况，要将旅游时间与旅游目的地最美的季节和气候环境协调一致，努力使旅游者欣赏到旅游目的地最好的景观，使旅游者的旅游体验达到最优，旅游满意度达到最高。



图 2.5　傣族的泼水节场景

② 紧扣社会热点推出适应性旅游线路。时效原则的另一项意义，体现在对社会信息的及时采撷、即刻推出适应性产品上。在迅速把握机会、果断决策、抢占先机方面，产品的主动性充分体现，会使产品声名远播，赢得良好的市场声誉。例如，“绿色奥运澳洲采风”等旅游线路。2001 年 7 月 13 日，北京获得了 2008 年奥运会的主办权。当人们还沉浸在兴奋之中时，一个以奥运为主题的出境旅游线路——“绿色奥运澳洲采风”火热出炉了。该线路紧扣奥运会，将“奥运旅游”的含义进行了新的诠释，深得媒体追捧，获得了广泛的市场赞誉。在注重产品时效性上取得了不俗的成绩。

(5) 效益兼顾原则。

旅游效益是旅游者和旅行社甚至全社会都在追求的，不同的是旅游者追求以旅游体验为主的旅游效益，旅行社追求的是经济效益及其在社会上的声誉，全社会追求的是旅游的综合效益，包括经济效益、生态效益和社会效益。设计旅游线路时，要兼顾旅游经济效益、旅游社会效益和旅游生态效益，尽可能做到效益最大化。

① 旅游经济效益。旅游线路同其他产品一样，也有各种成本支出。一条旅游线路的成本主要由两部分组成：线路构成项目的成本(包括住宿、餐饮、交通、门票、导游服务等费用)和旅游线路设计费用(包括设计人员工资、业务费等)。旅行社作为一个企业，其设计旅游线路的最终目的在于销售旅游线路，获得经济利益，即以相对低的投入，获得相对高的效益。

② 旅游社会效益。旅游活动是一种特殊的活动。旅游者通过旅游，除了可以游览风景名胜、品尝各地美食、开阔眼界、增长知识以外，更重要的是可以领略到自然界和人类生活的“真、善、美”，获得丰富的精神享受。因此，旅行社设计的旅游线路也应该有较高的文化品位和内涵，能满足旅游者求真、求美、求善的精神需求。同时，旅行社作为社会经济生活中的一个组织，必须考虑自身的行为对社会造成的影响，也必须重视旅行社自身在公众中的品牌形象。事实上，只有那些既注重经济效益又讲求社会效益的旅游线路，才是真正受旅游者欢迎的产品，才是能在市场中长盛不衰的产品。



③ 旅游生态效益。旅游生态效益越来越受到人们的重视，像“除了脚印，什么也别留下；除了照片，什么也别带走”的生态旅游口号越来越深入人心。对于生态比较脆弱的旅游目的地，保护旅游生态环境显得更为重要。在旅游线路设计中，必须注意保护旅游生态效益。

(6) 安全第一原则。

旅游者一旦开始出游，飞机、火车、轮船、汽车是旅游者到达旅游目的地的主要交通工具。在当今社会，安全到达旅游目的地是旅游者对旅游交通最起码的要求。为了确保交通安全，在旅游线路设计时必须选择安全的交通线路，选择有质量保证的交通工具和运输公司。在实际工作中，到达同一旅游点的交通线路往往有若干条。旅行社在确定具体交通线路时应以安全为第一原则，在保障安全的基础上再选择经济省时的线路。例如，雨季的山区常常会有山体崩塌、滑坡的现象，乘汽车沿盘山公路上山的安全性就大大降低，坐索道或景区小型飞机上山虽然会增加成本，但行程的安全性更有保障。在旅游线路设计时，要注意在旅游线路中尽量不安排夜间交通。一条旅游线路的时间总是有限的。很多旅行社为了在有限的时间内安排更多的游览活动，提高经济效益，往往会采取夜间行车、白天游览的模式。表面上看，旅行社提高了旅游效率，但实际上增加了旅游交通安全的隐患。因为夜间行车不仅路况差，而且驾驶员受生理规律影响往往感觉比较疲劳，容易造成交通事故。



相关链接 2-7

旅游活动安全

一是游览活动安全。旅行社在旅游线路中所安排的各项游览活动应以确保旅游者人身、财产安全为前提。针对不同类型的游客，所安排的游览项目也应有所差别。例如，对老年游客，就不适合组织那些刺激性强、运动量大的活动。为了满足游客的多种需求，旅行社可以在旅游线路中先安排常规的、一般性的游览活动，把那些较惊险刺激的旅游项目列为自费项目，供游客自由选择。

二是餐饮安全。“民以食为天”，旅游活动中同样如此。旅行中，一般游客对用餐环境、食品卫生状况和食品口味都比较注重。卫生、美味、有特色是游客对旅游餐饮的一般要求，其中卫生是最基本的要求。如果在食品安全上发生问题，往往会造成比较严重的后果，甚至会危及游客的生命安全，因此，旅行社在设计旅游线路时应格外重视餐饮安全问题。首先，应选择正规的旅游定点饭店；其次，菜品以大众菜为主，一般不安排特色菜。因为有些特色菜原料和加工方法都比较特殊，游客食用后可能会引起身体不适。到海滨城市旅游，住海景酒店、玩水上项目、吃海鲜大餐是一般游客比较向往的事。然而，目前旅行社所组织的海滨旅游线路大多不会安排游客吃海鲜。这一点也常常引起游客的不满和误会，认为旅行社是为了压缩成本而故意不安排吃海鲜。其实，旅行社不安排游客吃海鲜，主要是出于餐饮安全的考虑。因为海鲜是凉性食品，比较容易引起腹泻等胃肠道疾病。有时并非食品卫生的原因，游客也会感觉不适。旅行社为了避免这些“麻烦”，所以一般不安排集体吃海鲜的项目。

三是自由活动安全。旅行社在编排旅游线路时，一般都会安排适当的自由活动时间。所谓



自由活动，就是由游客自行安排在旅游目的地的活动，无须导游或旅行社人员陪伴。从理论上说，旅游者在自由活动期间的人身安全、财产安全与旅行社无关，但实际上旅游者一旦在旅游过程中发生安全事故，旅行社也难辞其咎。因此，旅行社在旅游线路中是否安排自由活动，安排多长时间，应以确保安全为出发点。一般说来，在治安状况良好、社会环境稳定的旅游目的地，可适当安排自由活动；而在那些社会环境、治安状况较差的旅游目的地，最好不要安排自由活动，以免发生意外。

(资料来源：作者根据相关资料整理。)

(7) 旅游点结构合理的原则。

计调员在设计旅游线路时，应慎重选择构成旅游线路的各个旅游点，并进行科学的优化组合。在旅游线路设计过程中应注意以下几点。

① 竭力避免重复经过同一旅游点。在条件许可的情况下，一条旅游行程应竭力避免重复经过同一旅游点。根据满足效应递减规律，重复会影响一般旅游者的满足程度。因此在设计线路时，应尽可能使整条线路呈环形，如果不是迫不得已，尽量不要在同一城市、同一旅游点重复经停。以海南岛—三亚7日游为例，离开海口去三亚时汽车走东线：海口—琼海—兴隆—陵水猴岛—三亚；返回海口时汽车走西线：三亚—通什—琼中(苗寨)—屯昌—海口。整个日程的安排是环岛一圈。尽管旅游者乘坐汽车长途跋涉，但因沿途风光各异，各旅游点都有不同的特色，在导游引人入胜的介绍下，每人都盼望到达下一风景点，这种安排方式会使旅游者暂时忘记旅途的颠簸与疲劳，使他们感到花一分钱买到两份不同的经历。

② 各旅游点之间距离适中。各旅游点之间的距离不宜太长，以免在旅途中耗费大量的时间和金钱。例如，福建的泰宁金湖和永安桃源洞两个国家级风景名胜区间属于福建三明地区，但在设计旅游线路时就很难组合在一起，原因是两个旅游点相距太远，又不在同一交通线(铁路、公路)上。一般来说，城市间交通线上花费的时间不能超过全部旅程时间的1/3。

③ 择点适量。在时间一定的情况下，过多地安排旅游点，容易使旅游者紧张疲劳，达不到休息和娱乐的目的，也不利于旅游者细致地了解旅游点(尤其是文化内涵丰富的旅游点)，对于老年旅游团采用这种方式就更不可取了。目前许多旅游线路设计中，在安排旅游点时都有“贪多求全”的趋势。例如，某旅行社开发的1日游的线路中，包含了9个景点，许多旅游者甚至是年轻的游客在看完六七个景点时就已经体力不支，无论后面的景点多么精彩，旅游者都只能坐在景点门口“望门兴叹”了。

④ 顺序科学。旅行社设计旅游线路时一般以空间为顺序。在交通安排合理的前提下，同一线路旅游点的游览顺序应由一般的旅游点逐步过渡到吸引力较大的旅游点，这样可以不断提高旅游者的游兴，同时还能把握游程节奏，做到有张有弛。例如，福建6日游：A. 福州—武夷山—泉州—厦门。B. 厦门—武夷山—福州—泉州。A线显然比B线合理，因为前者更符合中潮—高潮—次高潮—大高潮的顺序。

⑤ 特色各异。一般来说，不应将性质相同、景色相近的旅游点编排在同一行程中，否则会影响旅游线路的吸引力。当然，专业考察旅游则另当别论。例如，在北京游览了颐



和园，就尽量避免再安排北海、圆明园等，因为这些都是皇家园林，虽各有特色，但是园林的性质相同。又如，行程中安排了雍和宫，就尽量避免再安排潭柘寺、法源寺、白塔寺等，因为这些都属于寺庙建筑。

3. 旅游线路设计流程

(1) 选择旅游目标市场。

旅游目标市场是旅游线路类型的决定性因素。旅游目标市场类型较多，根据旅游者的旅游目的可以分成观光游览、度假休闲、公务商务旅游、专题旅游、其他旅游等；根据旅游者的组织形式可以分成团队旅游、散客旅游、自助旅游等；根据旅游者的年龄可分成青少年旅游、中年旅游、老年旅游等；根据旅游者经济状况可以分成经济旅游、标准旅游、豪华旅游等。旅游目标市场一定要定位准确，只有确定了目标市场，才有依据进行下一步的工作。

(2) 选择旅游目的地。

旅游目标市场确定后，根据目标市场旅游者的旅游喜好来选择旅游目的地。在选择旅游目的地时，要注意旅游目的地的区位、距离、可进入性、旅游资源类型及组合、气候及气象条件、经济发展水平及状况、旅游基本设施条件、消费水平、社会稳定、政府及居民对发展旅游业和旅游者的态度、旅游景区或景点的门票价格等，还有准备合作企业(如旅行社和酒店)的资质、条件、服务水平、诚信程度等。旅游目的地的选择决定了旅游线路对旅游者的吸引力，也决定了旅游线路销售的前景。

(3) 确定旅游线路名称。

线路名称是线路的性质、大致内容和设计思路等方面的高度概括。因此，确定线路名称应考虑各方面的因素，并力求简洁、突出主题、时代感强、富有吸引力等原则。旅游线路的名称一般由游览目的地、大交通、线路性质及游览天数构成。例如，北京双飞纯玩 5 日游这一线路名称表示了游览的主要目的地是北京，交通工具是飞机，时间是 5 天，性质是纯玩团。常见的旅游线路名称有厦门鼓浪屿 + 崇武纯玩双飞 5 日游、成都 + 台湾宝岛双飞 8 日游、神奇桂西养生体验之旅双卧 8 日游、升级版桂林阳朔纯净双飞 4 日游、华东六市 + 双水乡 + 三园林 6 日纯玩豪华游等。

(4) 确定行程特色。

行程特色是旅游线路的亮点和卖点，设计产品时一定要突出旅游线路的特色，即与其他旅游产品相比，你的优势是什么？在哪些方面有特色？目前竞争十分激烈，很多旅行社在设计线路时都很注重突出旅游产品的亮点。携程旅行网(后文简称“携程”)、同程旅游网(后文简称“同程”)、途牛旅游网(后文简称“途牛”)都是用了文字加图片的方式来展示产品的特色。

(5) 策划旅游行程。

从形式上看，旅游行程以一定的交通方式将线路各旅游目的地进行合理连接。旅游目的地是构成旅游行程的基本空间单元。一般来说，同一条旅游行程中的各旅游目的地，都有相同或相似的特点，用于满足旅游者的同一需求并服从于某一旅游主题，起着相互依存、相互制约的作用。旅游目的地可以是城市，也可以是独立的风景名胜区。行程的始端是第一个旅游目的地，是该行程的第一个节点；终端是行程的最后一个节点，是旅游活动



的终结或整个行程的最高潮部分；而途经地则是行程中除始端和终端外的其他节点，是为主题服务的旅游目的地。因此，策划旅游行程就是从始端到终端及中间途经地之间的游览顺序，在行程上合理布局节点。成都—乐山、峨眉山纯玩 2 日游的旅游行程就是“成都—乐山—峨眉山—成都”。

(6) 安排旅游活动日程。

旅游活动日程是指旅游行程中具体的旅游项目内容和地点及各项活动进行的日期，应体现劳逸结合、丰富多彩、节奏感强、高潮迭起的原则。例如，成都—乐山、峨眉山纯玩 2 日游的活动项目如下。

乐山有乐山大佛及凌云寺、九曲栈道、大雄宝殿、灵宝塔、佛缘堂、东方佛都景区。

峨眉山有雷洞坪、金顶、万年寺无梁砖殿、峨眉山的镇山之宝——重 62 吨的普贤骑象、白龙洞、清音阁、一线天、黑龙江栈道、自然生态猴区。

(7) 选择旅游交通方式。

从旅游客源地到旅游目的地一般会有几种交通方式，要根据不同的目标市场来选择。有的要求旅游交通速度快，如公务或商务旅游旅游者；有的要求舒适程度高，如经济条件好的旅游者(或者选择豪华团旅游的)；有的要求价格最低，如经济条件一般或讲究经济实惠的旅游者等。不管选择什么样的交通方式，都要尽量使旅途时间较短、性价比最高、安全性最高、服务最好。例如，西安到成都，可以选择飞机、火车、汽车 3 种交通工具。

(8) 选择旅游住宿场所。

现在选择旅游住宿场所的余地越来越大。选择旅游住宿场所需要考虑的因素有品牌、位置、可进入性、环境、等级、规模、标准、价格、服务、口碑、折扣率等。

(9) 选择旅游购物场所。

旅游购物是旅游活动之一。选择旅游购物场所需要考虑的因素有类型、特殊性、位置、规模、价格、诚信程度、服务、折扣率等。

(10) 选择旅游娱乐场所。

旅游娱乐场所的种类越来越多，在选择时应考虑旅游场所的类型、特殊性、位置、规模、价格、服务、门票折扣率等。

(11) 选择合作伙伴。

旅游线路是一种综合产品。旅行社需要与众多伙伴合作，才能推出完整的旅游线路产品。选择合作伙伴不仅是设计旅游线路必须做的工作，还直接影响到旅游线路产品的质量和价格。

4. 旅游线路的基本格式

目前，我国旅行社业内没有对线路的格式规定统一的标准。线路的格式是根据自己旅行社的特点和计调员的经验自行设计的，或者参考其他旅行社的行程，只要设计合理、实用即可。旅游线路格式见范本 2-1。



范本 2–1　旅游线路格式

公司标志　　　　　　　　公司名称

旅游线路名称

一、行程特色

1.

2.

二、行程安排

D1(日期)　A 地 交通工具 B 地　(含午餐、晚餐)　住宿：×× 酒店

详细地说明第一天的具体安排

D2(日期)　B 地 交通工具 C 地　(含早、午、晚餐)　住宿：×× 酒店

详细地说明中间每一天的具体安排

D*n*(日期)　交通工具　A 地　(含早餐、午餐)

(详细说明最后一天的安排)

三、报价

成人价格：

小孩价格：

四、费用包含

1.

2.

五、费用不包含

1.

2.

六、注意事项

(把在途中和目的地的一些注意事项给游客交代清楚)

七、游览线路图或景区导游图

(能够附上旅游线路图或者景点导游图，效果更明显)

地址：　　　　　　　　邮编：

联系人：　　　　　　　传真：





相关链接 2-8

省内旅游线路设计见范本 2-2。

范本 2-2　省内旅游线路设计

北京2晚3天——故宫、八达岭长城、天坛、颐和园纯玩团(标准等)

一、行程特色

★滚动式行走，行程结束时间不定。

★纯玩无购物，绝不强制消费。

★独家赠送：前门大栅栏步行街——游览北京“百年老字号”，领略老北京深厚的历史文化；燕京八景之一——钟鼓楼，欣赏“银锭观山”“柳岸风荷”——什刹海；赠送全家福一张(以家庭为单位)；品尝特色餐北京烤鸭(每桌一盘)；奥林匹克公园、鸟巢外景、水立方外景；雪世界滑雪(120分钟)。

二、行程安排

第一天：北京市内。含午餐、晚餐。住宿：北京长峰假日酒店。

早05:00—06:00统一集合，游览中国古代隋朝以后的中央官学——国子监和孔庙(游览时间约90分钟，费用自理，70元/人)，或探访清朝首贪和坤府邸——恭王府(费用自理，70元/人，游览时间约2小时)；游览北京极具代表性的一条街——前门大街（游览时间约45分钟)；参观故宫博物院(游览时间约2小时)，可游览故宫内的珍宝馆和钟表馆(费用自理，小门票20元/人)；游览天安门广场，瞻仰雄伟的人民英雄纪念碑、毛主席纪念堂(如政策性关闭则仅观看外景)；赠送“天安门全家福”一张，游览后海酒吧一条街，赠送燕京八景之一——钟鼓楼外景；可游四合院胡同(费用自理，50元/人)，欣赏什刹海风景区；可观看老北京堂会(费用自理，100元/人)；游览占地约270万平方米的明清皇帝“祭天”“祈福”的场所——天坛(游览时间约1小时)；中华第一街王府井步行街自由活动，品尝东华门小吃。

第二天：北京—八达岭—北京。含早、午、晚餐。住宿：北京长峰假日酒店。

早餐后，乘车前往昌平，沿途凭窗欣赏燕山风光和居庸关壮观景色，游览世界八大奇迹之一——八达岭长城(游览时间约2小时)，可乘坐长城滑道或者缆车上、下山(费用自理，60～80元/人)。游览十三陵之长陵(费用自理，80元/人)或定陵(费用自理，100元/人)，赠送品尝北京果脯、烤鸭，抵达后登长城好汉坡。参观明皇蜡像宫(费用自理，40元/人，游览时间约50分钟)，免费赠送雪世界滑雪(含雪场首道门票，如滑雪则费用自理：雪鞋、雪杖等雪具费用160元/人，自由活动约2小时)。乘车游览奥林匹克公园，外观鸟巢、水立方外景(约40分钟)，零距离拍照留念。

第三天：北京市内送团。含早餐、午餐。

早餐后，参观中国最大的皇家园林——颐和园(游览时间约2小时)，体验皇家园林的奢华；可参观圆明园(费用自理，80元/人，游览时间约2小时)。赠送参观清华大学或北京大学(若不开放，则参观外景)；赠送中央电视塔外景(若登塔参观，则费用自理，70元/人，游览时间约50分钟)；还可游览海底世界(费用自理，90元/人，游览时间约1小时)。注：建议晚



续表

上 20:00 以后赶飞机或火车的游客报名，如因个人原因无法参团，则游客最后一天行程的费用不退。

三、报价

成人价格：660 元 / 人。　　儿童价格：538 元 / 人。

四、服务标准

1. 住宿：北京长峰假日酒店双人标准间，独立卫浴。

2. 交通：全程旅游车。

3. 用餐：5 正 2 早(团队餐，八菜一汤，十人一桌，不含酒水，正餐 20 元 / 人)。

4. 门票：故宫、八达岭长城、天坛、颐和园景点首道门票。

5. 导游：全程中文导游陪同及讲解服务。

6. 保险：含旅行社责任险，赠送人身意外保险(只赠送 18 岁以上成人保险)。

五、费用不含

景区内小门票，国子监 70 元 / 人，恭王府 70 元 / 人，老北京堂会 100 元 / 人，中央电视塔 70 元 / 人，明皇蜡像宫 40 元 / 人，八达岭滑道 60 元 / 人 (或缆车 80 元 / 人)，四合院胡同游 50 元 / 人，海底世界 90 元 / 人，十三陵之长陵 80 元 / 人或定陵 100 元 / 人等行程中未列出的个人消费项目。

六、注意事项

1. 通知时间：导游会在到北京当天晚上 20:00 左右与您联系，请保持电话畅通。

2. 因游客所留电话联系不上而导致第二天没能参团，请自行做其他安排，我社不承担责任。

3. 因受接客线路等原因的影响，当日游览景点会略做前后调整。

4. 如参团人是未满 18 周岁的未成年人，必须有成人陪同方可参团。老年人参团，需身体状况良好并有家属陪同。

5. 1.4 米以下的儿童按儿童价格报名(只含车费和餐费)，老年人、军人如有政策性减免，本社只退门票差价。

6. 所有自费项目均是推荐或建议性项目，游客应本着“自愿自费”的原则酌情参加，导游组织自费活动将不会带有任何强迫因素。

7. 我社在保证景点不减少的前提下，有权调整行程。

8. 如遇人力不可抗拒因素所发生的费用由游客自理。

9. 在旅行无法预知的情况下，旅游车中途出现故障或意外事故，驾驶员及时修理或处理或调换车辆，由此造成行程延误的，我社不承担赔偿责任，但可根据旅游行程在不减少景点的情况下，延长旅游时间。

2.2.2　本省旅游线路的报价

以接待业务为主的旅行社，工作的核心是如何以适当的价格将旅游线路通过适当的



渠道推向选定的细分市场，而销售过程的管理和售后服务对旅行社来说具有非常重要的意义。对旅游线路价格的具体操作则由旅行社计调员来完成。所以，计调员要熟知旅游线路的价格构成、计价和报价方法等，这样才能快速准确地计算出产品价格并对外报价。

1. 地接社旅游线路的价格构成

① 餐费。含团队餐和特色餐费用，接待社报价中一般只包含团队用餐费用，特色餐费用由旅游者自付。团队餐包含早、午、晚三餐，许多酒店为住店旅游者提供免费早餐，因此旅行社报价时含的餐费多指正餐费用。

② 房费。一般指双人标准间的房费。也可按旅游者要求预订高、中、低档酒店或由旅游者自订房、委托代订房和委托代订指定房，但一律加收自订房手续费。团队价和散客价相差很大，淡季价、平季价和旺季价也有很大差异。计调员必须熟悉业务，充分了解每个地区酒店的淡、平、旺季的划分，否则报价将不真实，报价过高会失去竞争力，报价过低会造成旅行社亏损。当人数出现单数时，可能会产生单房差。单房差是旅行社之间常用的术语，它是指组团社的团队到异地旅游住宿宾馆或酒店标准房时，团队分配客房之后出现奇数，也就是出现一张单床时，组团社应向地接社付空床费用。组团社也可根据旅游者要求在单差房内另外安排其他旅游者，这时旅游者就不用再付单差房费。或者选择在别的已经排满旅游者的房间加床，费用收取方式与单房差类似。如果发生单房差，单房差的费用一般由住一个房间的旅游者支付，也可以由组团社支付，还可以分摊到每个游客头上。

③ 市内交通费。包括市内接送费用和市区到景区的交通费及景区的观光车费等。

④ 游览景区门票。一般包括景区大门的第一道门票。

⑤ 导游费。地陪的各种费用，每个团配一名导游。

⑥ 旅游保险费。为了使旅游者在旅游期间发生伤亡、疾病、被盗等意外事件时能得到必要的补偿，在对外报价时每人加收保险费，并统一在中国人民保险公司投保。

⑦ 综合服务费。目前很少收综合服务费，这笔费用一般是指旅行社的利润。

2. 国内地接社报价流程

(1) 向各接待单位询价。

根据双方确定的最终旅游行程计划书，向相关协作单位一一询价。在旅行社实践中，询价这个环节有时通过打电话或者网络在线向各服务单位询价，直接记录在本上，然后统一汇总；有时通过传真或网络在线发正式的询价单。

① 向交通部门询价。主要是本地游览用车和返程交通费。如果组团社预订了返程交通费，地接社就可以不管这笔费用了。地接社只计算本地的汽车费用。询价之后用传真确认价格，作为今后付款的依据(范本 2-3)。

② 向酒店询价。向要入住的酒店询问住宿费，明确入住的房间数、等级、费用标准等内容。旅行社订房询价单见范本 2-4。询价之后用传真确认价格，作为今后付款的依据。



范本 2–3　× × 旅行社用车询价单

TO： 收件人：× × 汽车公司租赁公司小郑 T/F：	FROM： 发件人：× × 旅行社计调员小陈 T/F：
团队行程	您好！感谢贵处的大力支持，现有我社团队需租用贵处车辆，计划如下。
团队人数： 租车价格： 结算方式： 我社要求：车容整洁，车况良好，驾驶员配合服务、热情周到。请贵处公司根据行程确定用车价格，并以传真方式回执确认！ 　　祝 生意兴隆，合作愉快！	
备注	

范本 2–4　旅行社订房询价单

收件单位：　　　　　　　　　　　发 件 人：
收 件 人：　　　　　　　　　　　日　　期：
传真号码：　　　　　　　　　　　传真号码：
电话号码：　　　　　　　　　　　电话号码：
(传真内容如有不详，请立即回电！)　　签 发 人：
急件　　　　请审阅　　　　　　　请 确 认

您好！感谢贵酒店对我公司的大力支持！我公司团队预订房计划如下。

团号：　　　　人数：　　　　国籍：

订房标准：双标间______单间______加床______全陪床______地司陪床______

订餐标准：早餐(　　)元 / 人；午餐(　　)元 / 人；晚餐(　　)元 / 人

房价：　　　　付款方式：

抵 / 离时间：

第一次入住日期：__________　第 一次离店日期：__________

第二次入住日期：__________　第二次离店日期：__________

第三次入住日期：__________　第三次离店日期：__________

备注：

请收到此订房传真后速回复传真确认。多谢合作！

地址：　　　　　　　　　　联系电话：　　　　　　　　　　邮编：



③ 向餐饮部门询价。向餐饮部门询问团队餐餐标、菜品、风味餐价格等。询价之后用传真确认价格，作为今后付款的依据。

④ 向旅游景区询价。根据组团社提供的旅游景点，依次确认各景点的门票，问清楚有哪些优惠政策，团体价格是多少。询价之后用传真确认价格，作为今后付款的依据。

(2) 地接社专线部内部计价。

地接社专线部计价是计调员的一项重要的基本功，同时也是旅行社计调部门一项非常重要的工作，要根据市场需求制定合理的价格，并及时对外报价，才能最大限度地占领市场份额。地接社专线部计价是指地接社在向组团社或本地服务网点报价之前对地接社的各项成本进行计算的过程。首先根据行程安排，确定各服务单位的价格，把各服务单位的价格加起来就是地接社的内部计价。例如，成都—乐山、峨眉山纯玩 2 日游行程安排及计价分析见范本 2-5，稻城亚丁 8 日游行程安排及计价分析见范本 2-6。

范本 2-5　成都—乐山、峨眉山纯玩 2 日游行程安排及计价分析

一、行程安排

D1：成都—乐山—峨眉山(全程约 3 小时)。含午餐、晚餐。住宿：峨眉山来凤大酒店。

6:00 左右成都市二环路以内开始上门接游客，10:00 左右到达乐山，午餐后参观世界第一大佛——乐山大佛及凌云寺、九曲栈道、大雄宝殿、灵宝塔、佛缘堂(矿石展览区)，再步行参观东方佛都景区(自费 90 元 / 人，参观时间约 1 小时)。16:00 左右乘车前往峨眉山，途中参观乌木博物馆(自费 90 元 / 人，参观时间约 1 小时)。17:30 到酒店用晚餐，之后可前往峨眉山市区观看川剧变脸、吐火、滚灯、峨眉武术、气功等大型剧场晚会(自费 200 元 / 人，贵宾 260 元 / 人，参观时间约 2 小时)，21:00 返回酒店休息。

D2：峨眉山—成都(全程约 3 小时)。含早餐、午餐。

6:30 乘景区观光车至雷洞坪；9:30 步行约 40 分钟左右至接引殿，乘坐索道(自费金顶上行索道 65 元，下行 55 元)登至峨眉山主峰——金顶(海拔 3 077 米)；11:00 游览完毕返回雷洞坪乘观光车至万年寺停车场用餐；12:30 乘坐索道(自费 65 元 / 人)至千年古刹万年寺(自费 10 元 / 人)，参观无梁砖殿，以及峨眉山的镇山之宝——重 62 吨的普贤骑象，随后参观白龙洞，下山步行几分钟在竹叶青茶馆小憩，品仙山香茗竹叶青后，前往游览峨眉山清音阁、一线天、黑龙江栈道、自然生态猴区，与峨眉山灵猴零距离接触；21:00 抵达成都天府广场或红照壁散团。

二、服务标准

交通：空调旅游车(保证一人一个座位)。

住宿：1 晚，峨眉山来凤大酒店双人空调标准间。

餐饮：含 3 次正餐，酒店提供早餐，餐标 15 元 / 人。

门票：含峨眉山进山门票(160 元 / 人)、乐山大佛门票(80 元 / 人)、峨眉山观光车费(90 元 / 人)。

导游：全程持证中文导游服务。

保险：旅行社责任险、旅游意外险。



续表

三、各服务单位的价格

车费：每人车费 =(2 000 元 ×2 辆) ÷ 30 人 =133 元 / 人，一辆车每天 2 000 元。

住宿费：峨眉山来凤大酒店双人空调标准间住宿 180 ÷ 2=90 元 / 人。

门票及观光车费：峨眉山进山门票(160 元 / 人)+ 乐山大佛门票(80 元 / 人)+ 峨眉山观光车费(90 元 / 人)+ 万年寺门票(10 元 / 人)=340 元 / 人。

餐费：3 × 15=45元 / 人 (3 次正餐，餐标 15 元 / 人，酒店提供早餐)。

导游费：40 元 / 人。

保险费：10 元 / 人。

注：不含金顶上行、下行索道费用和万年寺上行索道费用。

四、地接社的计价

地接社的计价 = 车费 133 元 + 住宿费 90 元 + 门票及观光车费 340 元 + 餐费 45 元 + 导游费 40 元 + 保险费 10 元 =658元 / 人。

(地接社的计价就是把各服务单位的价格加起来，实际上就是地接社的成本价。)

范本 2-6　稻城亚丁 8 日游行程安排及计价分析

一、行程安排

D1：成都—四姑娘山(16 日)。含午餐、晚餐。住宿：日隆四姑娘山国际大酒店。

早晨从成都出发，途经千年古堰——都江堰；经过映秀，欣赏卧龙风景画廊，沿途观赏渔子溪湍流，翻越海拔 4 000 多米的巴郎山垭口，赏巴郎山云海、高山草甸；在“猫鼻梁”处，四姑娘山的全貌尽收眼底，你可以在风的飘逸、云的灵动中感受蜀山的气势。

D2：日隆—新都桥(17 日)。含早、午、晚餐。住宿：新都桥高原红度假酒店。

早起游览甲居藏寨，观梭坡古碉，一路上欣赏东谷“天然盆景”，抵达仙人瑶池——热水塘温泉，遥望亚拉雪山、参差不齐的八美石林，来到绮丽的塔公大草原，抵达摄影家的天堂——新都桥。

D3：新都桥—雅江—理塘—日瓦(18 日)。含早、午、晚餐。住宿：日瓦天使宾馆。

翻越剪子弯山(海拔 4 659 米)和卡子拉山(海拔 4 718 米)，经世界高城、高原明珠——理塘县，经无量河，抵达稻城。观稻城傍河风光，观万亩杨树林公园，翻越波瓦山(4 400 米)沿赤土河谷前进，走进世外桃源般的藏式建筑村寨，朝拜藏传佛教寺庙——贡嘎朗吉岭寺(自费门票 10 元 / 人)，观仲堆民俗村，抵日瓦乡。

D4：稻城(或日瓦)—亚丁村(19 日)。含早、午、晚餐。住宿：亚丁康辉营地。

前往亚丁自然保护区亚丁村。骑马或徒步进入自然保护区，转千年嘛呢堆，拜卓玛拉错神湖，朝觐仙乃日神山(意为“观世音菩萨”，海拔 6 023 米)，在冲古寺远眺夏诺多吉神山(意为“金刚手菩萨”，海拔 5 958 米)和央迈勇神山(意为“文殊菩萨”，海拔 5 958 米)，游珍珠海，观赏野生动植物、高山花卉、雪山、森林、冰川、湖泊、河流，体验人与自然和谐相处的天然妙趣。

D5：亚丁专题摄影一日(20 日)。含早、午、晚餐。住宿：亚丁康辉营地。



续表

观俄初山，游览牛奶海、五色海、勒西错。畅游高山、流水、峡谷、草甸、湖泊原始森林。

D6：亚丁—稻城(21 日)。含早、午、晚餐。住宿：稻城亚丁酒店。

在“最后的香格里拉”早起观壮丽的日照金山，在景区自由拍照，然后告别三座圣山，一步一步远离“最后的香格里拉”，再重温赤吐河迷人美景，尽情沉醉在梦幻般的记忆中翻越兔子山，途经青藏高原最大的古冰川遗址、稻城古冰帽——海子山自然保护区，观贡岭寺。回稻城，晚上沐浴茹布查卡无硫温泉。

D7：稻城—雅江—新都桥(22 日)。含早、午、晚餐。住宿：新都桥高原红度假酒店。

触摸清晨一缕阳光，从稻城出发，经过康巴小城——雅江城，翻越高尔寺山，观赏景色如画的小桥、流水、人家、藏式民居的新都桥风光。

D8：新都桥—康定—雅安—成都(23 日)。含早餐、午餐。

乘车征服塞外屏障——折多山，来到情歌的故乡——康定。经革命历史名城——泸定，穿越国内最长的公路隧道——二郎山隧道，经阴阳两重天后到达大渡河谷(川西最大、最深的峡谷)，沿秀美青衣江直至雨城雅安，经成雅高速公路抵达成都，愉快结束全部旅程。

二、服务标准

交通：15 座全顺旅行车(保证一人一个座位)。

住宿：日隆四姑娘山国际大酒店(四星)1 晚；新都桥高原红度假酒店(三星)2 晚；日瓦天使宾馆(二星)1 晚；稻城亚丁酒店(三星)1 晚；亚丁康辉营地 2 晚。

餐饮：15 次正餐，餐标 20 元 / 人，酒店提供早餐。

门票：含稻城亚丁门票。

导游：全程持证中文导游服务。

保险：旅行社责任险、旅游意外险。

三、各服务单位的价格

车费：15 座全顺旅行车 1 300 元 ×8 天 =10 400 元(1 辆 8 天)，870 元 / 人(如实际人数不足 12 人，请补足 12 人车费)。

住宿费：730 元 / 人。

日隆四姑娘山国际大酒店(四星)=300 元 ×1 晚 =300 元。

新都桥高原红度假酒店(三星)=200 元 ×2 晚 =400 元。

日瓦天使宾馆(二星)=160 元 ×1 晚 =160 元。

稻城亚丁酒店(三星)=300 元 ×1 晚 =300 元。

亚丁康辉营地 =150 元 ×2 晚 =300 元。

导游费：30 元 ×8 天 =240 元 / 人。

餐费：300 元 / 人(15 次正餐，餐标 20 元 / 人，酒店提供早餐)。

保险费：10 元 / 人。

亚丁门票：150 元 / 人。

四、地接社专线部计价

地接社专线部计价 = 车费 870 元 + 住宿费 730 元 + 导游费 240 元 + 餐费 300 元 + 保险费 10 元 + 门票 150 元 =2 300元 / 人。



(3) 地接社专线部对外报价。

地接社专线部对外报价是指地接社专线部在内部计价基础上加上一定比例的利润后向外省组团社或本地服务网点报出的接待价格。目前，我国本省游由地接社各专线部负责操作，收客主要由本地各服务网点和外省组团社负责。因此，报价就有两种情况：一是地接社专线部向外省组团社专线部报价，专线部再向外省组团社服务网点报价，外省服务网点再向外省游客报价；二是地接社专线部向本地服务网点报价，本地服务网点再向本地游客报价。地接社计调报价流程如图 2.6 所示。

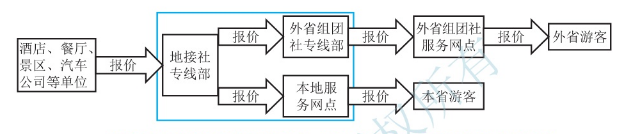


图 2.6　地接社计调报价流程（注：蓝色方框部分属于地接社专线部报价）

① 报价的方法。

第一种：计价加利润法。地接社专线部对外报价计价加利润法就是在计价的基础上加上一定比例的利润的报价方法。

例如，上述成都—乐山、峨眉山纯玩 2 日游线路的内部计价为 660 元 / 人，对外省组团社或本地服务网点的报价就可以直接加上一定的利税，即地接社对外省组团社或本地服务网点的报价 =660 元 / 人 +660 元 / 人 ×10%(利税)=726 元 / 人，其中 66 元是地接社的利税。本地服务网点在地接社报价的基础上加上服务网点的利润，就是地接社的对外报价。

又如，上述稻城亚丁 8 日游线路的内部计价为 2 300 元 / 人，对组团社的报价就可以直接加上一定的利税，即地接社对外省组团社或本地服务网点的报价 =2 300 元 / 人 +2 300 元 / 人 ×10%(利税)=2 530 元 / 人，其中 230 元是地接社的利税。本地服务网点在地接社报价的基础上加上服务网点的利润，就是地接社的对外报价。

地接社成都—乐山、峨眉山纯玩 2 日游和稻城亚丁 8 日游的计价、利润及报价详情见表 2–3。

表 2–3　成都—乐山、峨眉山纯玩 2 日游和稻城亚丁 8 日游的计价、利润及报价明细

行程安排	地接社计价 （各服务单位价格之和）	利税 （假定按 10% 计算）	地接社报价 （向组团社报价）
成都—乐山、峨眉山纯玩 2 日游计价报价	车费 135 元 + 住宿费 90 元 + 门票 340 元 + 餐费 45 元 + 导游费 40 元 + 保险费 10 元 =660 元 / 人	660 元 / 人 ×10%(利税)= 66 元	726 元 / 人
稻城亚丁 8 日游计价报价	车费 870 元 + 住宿费 730 元 + 导游费 240 元 + 餐费 300 元 + 保险费 10 元 + 门票 150 元 =2 300 元 / 人	2 300 元 / 人 ×10%(利税)= 230 元	2 530 元 / 人

第二种：利润分摊法。利润分摊法就是把利润分摊在交通、住宿、餐饮等项目上的报



价方法，一般主要分摊在交通和住宿上，用餐和景区门票利润很少。采用此方法时根据服务单位的价格，对每一项旅游服务进行计算，然后计算出地接社的报价。

例如，北京国际旅行社组织19位游客，乘国航CA4188于2017年5月8下午18:05到达成都双流机场，由四川康辉国际旅行社负责地接，接机后入住成都花园城大酒店。5月9日早餐后乘车赴乐山，中午在乐山吃午餐，下午游览乐山大佛，晚上住峨眉山金叶大酒店。10日早餐后换乘观光车进入金顶游览，下午游览万年寺，晚上住成都花园城大酒店。11日上午游览武侯祠，下午游览杜甫草堂，晚19:00乘国航CA4111返回北京，结束旅程。

各服务单位的价格如下：成都花园城大酒店普标200元/间，峨眉山金叶大酒店普标100元/间。餐标20元/人。乐山大佛门票80元/人，峨眉山门票160元/人，峨眉山观光车费全程90元，峨眉山金顶索道费上行65元，下行55元，万年寺索道费上行65元，下行45元。武侯祠门票60元/人，杜甫草堂门票60元/人。22座金龙车一天的租金为1 200元。接机费1次300元。导游费400元/天，保险费10元/人。

第一步：计算各服务单位的价格。

车费=(接机1次 ×300元+3天 ×1 200元)÷19人=205元/人。

门票及观光车费=80元+160元+60元+60元+90元=450元/人。

住宿费=(200元+100元+200元)÷2人=250元/人。

单房差分摊费：250元 ÷19人=13元/人。

餐费=140元/人(餐标20元/次人，7次正餐，酒店含双早)。

导游费=(400×3天)÷19人=63元/人。

保险费=10元/人。

地接社的总成本=205元+450元+250元+13元+140元+63元+10元=1 131元/人。

注：服务单位的总价格就是地接社的总成本，即地接社的内部计价。

第二步：地接社报价。

分项报价，主要把利润分摊到交通、住宿、导游服务上等，门票、餐、保险不要分摊。

车费=(接机1次 ×400元+3天 ×1 500元)÷19人=258元/人。

门票及观光车费=80元+160元+60元+60元+90元=450元/人。

住宿费=(240元+140元+240元)÷2人=310元/人。

单房差分摊：310元 ÷19人=16元/人。

餐费=140元/人(餐标20元/次人，7次正餐，酒店含双早)。

导游费=(500元 ×3天)÷19人=78元/人。

保险费=10元/人。

地接社报价=258元+450元+310元+16元+140元+78元+10元=1 262元/人(地接社的报价)。

地接社专线部向外省组团社专线部或本地服务网点的报价为1 262元/人。

地接社专线部利润=地接社专线部总报价－地接社专线部的计价(总成本)

=1 262元/人−1 131元/人=131元/人。

地接社专线部总利润=131元/人 ×19人=2 489元。

利润分摊法便于计调明确利润的详细来源，表2–4直观地展现了各要素的利润情况。



表 2–4　分项报价利润明细

项目	各服务单位价格(地接社计价)	地接社向组团社或本地服务网点报价	利润
住宿费	(200 元 +100 元 +200 元) ÷ 2 人 =250 元 / 人	(240 元 +140 元 +240 元) ÷ 2 人 =310 元 / 人	60 元 / 人
单房差分摊费	250 元 ÷ 19 人 =13 元 / 人	310 元 ÷ 19 人 =16 元 / 人	3 元 / 人
门票及观光车费	80 元 +160 元 +60 元 +60 元 +90 元 =450 元 / 人	80 元 +160 元 +60 元 +60 元 +90 元 =450 元 / 人	0
交通费	(接机 1 次 ×300 元 +3 天 ×1 200 元) ÷ 19 人 =205 元 / 人	(接机 1 次 ×400 元 +3 天 ×1 500 元) ÷ 19 人 =258 元 / 人	53 元 / 人
餐费	7 × 20 元 =140 元 / 人	7 × 20 元 =140 元 / 人	0
导游费	63 元 / 人	78 元 / 人	15 元 / 人
保险费	10 元 / 人	10 元 / 人	0
总计	1 131 元 / 人	1 262 元 / 人	131 元 / 人

从表 2–4 可以看出：

各服务单位的报价 =1 131 元 / 人。

地接社专线部计价 = 各服务单位报价 =1 131 元 / 人。

地接社专线部向外省组团社或本地服务网点的报价 =1 262 元 / 人。

地接社专线部利润 = 地接社专线部总报价 – 地接社专线部计价(总成本)

=1 262 元 / 人 –1 131 元 / 人 =131 元 / 人。

地接社专线部总利润 =131 元 / 人 × 19 人 =2 489 元。

② 报价单的填写。采用报价单进行报价。报价单是旅行社向游客展示旅游线路、交通工具、住宿情况、旅游价格、出团日期等详细情况的表格。报价单没有固定的模式，但无论哪一类报价单，都必须注明旅游线路、价格、出团时间、住宿、交通等内容，让游客一目了然。

③ 报价跟踪。报价之后，等待对方的回应，但不能消极地等待，而是积极对待。根据报价内容的轻重缓急有张有弛地积极跟进。掌握客户的情况和市场的变化，如有需要或有可能，要调整报价或增加服务，特别是免费服务内容，应想方设法增强竞争力，力争把每一单都做成功；同时，把跟踪的情况和调整的内容做好记录；根据进展情况，及时控制资源，即提前预订某一时段的房、车、火车票、机票等。

④ 报价注意事项。报价应清晰、准确、有时效性。如有不确定的某项内容，要说明情况(如团队在某月 20 日前运行，机票是 5 折，20 日以后运行机票折扣会有变化，要明确告知)，并提示变化的趋势。

报价回复应高效、准确。组团社有明确时限要求的，应在要求时限完成；组团社没有明确时限要求的，原则上应在 1 个小时内给予回复。完成报价后必须仔细检查，确定无误后方可传真给组团社。报价回复后，必须将报价成本写在背面。





相关链接 2—9

旅游线路的定价程序

价格是调节经济利益、传递经济信息、影响经济形象的重要因素。旅游线路定价的程序主要包括以下几个步骤。

第一步，收集信息。旅行社应充分收集有关产品供求信息、竞争对手信息、客户信息等方面的资料，并对这些资料进行分析、判断、处理，进而为合理定价提供依据。

第二步，确定目标。旅行社应根据自己企业的规模、经营状况等内部条件及收集的外部环境、市场状况的变化，来确定合适的定价目标。同时，选择定价目标时，要从全局考虑，有所侧重，综合决策。

第三步，估算成本。成本是定价的最低限度，产品价格高于成本才能赢利。旅行社应对产品进行估算，进行保本分析，注意成本变化，确定市场营销的最低价——保本价格。

第四步，分析竞争状况。旅行社在确定价格的同时，要充分了解竞争对手的产品价格、质量、竞争能力等情况，并以此定价。

第五步，测定市场需求。市场需求的测定，通常是对需求的价格弹性进行分析，测定目标市场的需求量及需求强度，分析旅游者对价格的接受度，以作为制定合适价格的参考。

第六步，选定定价法。旅行社完成以上几个步骤的准备工作后，可根据自己的产品情况，选定有利于实现定价目标的定价方法，最终确定产品售价。

第七步，确定最后价格。价格确定后，还要考虑它是否符合国家相关的政策法规，是否符合消费者的心理，根据环境的不同，运用合适的定价，让价格更具吸引力。随着时间的推移和市场竞争环境的变化，还要不断对定价进行调整，以实现定价目标，提高产品的竞争力。

【任务实训】

针对本地大学生设计一条本省 3 日游旅游线路

▶ 实训目的

明确旅游线路设计的原则，掌握旅游设计的流程。

▶ 实训内容

以本地大学生为对象，根据本省的旅游资源和旅游设施，设计一条本省 3 日游旅游线路。

▶ 实训步骤

第一步：确定线路名称。
第二步：确定行程特色。
第三步：安排 3 日游的行程(包含每天六大要素的安排)。



第四步：报价(注明费用包含的内容、不包含的内容)。

第五步：说明注意事项。

第六步：附上本地交通线路图和景点导游图。

▶ 实训成果

提交一份本省 3 日游旅游线路方案。

【任务完成】

通过对本任务的学习，学生了解了本省旅游线路的类型、开发原则及开发流程，掌握了地接社旅游线路价格的构成要素、计价和报价的基本方法，能够独立地为旅游者设计旅游线路，并进行计价和报价。

任务 2.3 国内接待计调的采购业务

【任务导入】

▶ 案例介绍

李小姐周末参加了一家旅行社组织的周末郊区观光 2 日游活动，并与旅行社签订了旅游合同。双方约定住宿标准为三星级酒店。星期六的游览活动结束后，导游将旅游团安排在一家酒店入住。李小姐进入房间后发现，客房设施陈旧，水龙头里的水浑浊，房间里散发着霉味。李小姐当即找到旅行社导游，认为入住的酒店不是三星级的，要求更换。导游坚持所安排的酒店就是三星级的，并带李小姐来到酒店大堂，让李小姐查看悬挂在大堂墙上的由文化和旅游部颁发的三星级酒店的标牌。但是，李小姐仍然对酒店的星级表示怀疑，并向旅行社进行了投诉。

▶ 问题

旅行社计调员采购相关服务产品时，能从该案例中得到什么启发？

▶ 案例解析

旅行社计调员在采购相关服务产品时，一定要进行实地考察，看该酒店的设备设施是否齐全，是否可以使用，是否安全卫生，一定要保证采购数量和质量。在这些设施设备都能得到保证的前提下，才能采购酒店。

【任务分析】

国内接待计调员负责采购旅游团在本地的住宿、交通、用餐、购物、景点及娱乐等服



务项目，因此，计调员必须学会每种接待服务的采购方法和采购程序，以便能够及时地为外地旅游团提供本地旅游服务。

2.3.1 本地旅游交通服务的采购

地接社计调旅游交通服务的采购主要是以汽车为主，有些地区也有一些支线航空交通服务、火车交通服务的采购，但还是以本地汽车交通服务和景区交通服务采购为主。

1. 汽车交通服务的采购

尽管汽车已成为人们普遍的交通工具，但一般认为，乘汽车旅游的距离不宜过长，最好控制在1小时左右车程，最长不超过5小时车程，否则游客会感觉疲劳。

(1) 确定采购对象。

① 计调员要对提供此项服务的汽车公司(包括定点旅游车队、出租汽车公司等)进行调查，充分了解这些公司的车辆数目、车型、性能、车况、驾驶员技术水平、公司管理状况、服务规范、准运(营运资格)、租车费用等。

② 计调员整理所收集到的信息和资料，进行分析，从中选出管理严格、车型齐全、驾驶员素质好、服务优良、已取得准运资格、善于配合(用车高峰期能提供给本社旅游车辆)、车价优惠的汽车租赁公司，作为本社的采购对象。

(2) 签订合作协议。

① 计调员与多家汽车租赁服务采购对象进行洽谈，协商《用车协议书》的有关条款，并代表旅行社同这些公司签约。

② 计调员将经过双方签字的《用车协议书》存档，并送本社相关部门备案。

(3) 整理相关资料。

计调员将签约汽车租赁公司的名称、24小时值班电话、调度联系人姓名及联系方式等相关资料列表，将汽车租赁公司的相关规定等资料分发给本社相关部门。

(4) 及时订车。

① 计调员根据用车计划，将需用车型、接送时间、行程安排时间顺序、是否购物等信息向有合作关系的多家汽车服务公司提出用车要求，用恰当的询问方式向汽车服务公司询价，选择符合本次旅游行程要求的公司，填写订车单(范本2-7)，签章后传至汽车服务公司。

② 汽车租赁公司落实后传回，计调员将车号、车型、驾驶员姓名及联系方式、使用该车的注意事项、时间、地点、付款方式通报给相关部门和人员。



范本 2-7　______旅行社订车单

接收方：×× 车队　　负责人： 传真：　　电话：	发出方：×× 旅行社　　负责人： 传真：　　电话：	
您好！现将我社用车计划传给您，请派车并回信确认告知驾驶员的电话及车号。感谢支持！		
团号：	国家：	人数：
日期：	天数：	团队类别：
用车要求		
车型：　　座旅游空调车	车价：　　元	结算方式：
行程表		
日期	行程	住宿
备注：		
回传确认：		
车队名称(盖章)： 本次车号：	本次驾驶员姓名：	派车人： 驾驶员电话：

制表人：　　　　日期：　　　　(单位盖章生效)

③ 国内地接计调员应在游客或旅游团到达前一天，再次与汽车租赁公司联系，核实车辆落实情况有无变更。如有更改，还需要重新订车，填写订车变更单(范本 2-8)。

范本 2-8　______旅行社订车变更单

TO： TEL： TEL：	FROM： FAX： FAX：	
您好！感谢贵公司的信任与支持，由于团号______行程计划变动，现将更改单传真给您，请尽快确认、回传！谢谢！		
事项	原来情况	变更后情况
人数(需座位数)		
日期		
用车类型		
租车费		
汽车租赁公司确认：		

公司名称(盖章)：　　　　联系人：　　　　年　月　日



(5) 报账结算。

① 计调员根据《用车协议书》的相关规定，将实际发生的租车费用及明细账上报财务部门。

② 财务部门审核，确定符合《用车协议书》后，根据本次用车协议付款方式规定与汽车租赁公司办理结算付款手续。

2. 旅游景区交通服务的采购

(1) 确定采购对象。

① 计调员要对各景区交通服务项目(包括景区观光车、索道、滑道、游船等)进行调查，充分了解这些项目的门市价格、团体折扣价、数量、性能、驾驶员技术水平、公司管理状况、服务规范、配合力度等。

② 计调员整理所收集到的信息和资料，进行分析，选择本社所需的服务项目，作为本社的采购对象。



相关链接 2—10

张家界天门山索道

张家界天门山索道线路斜长 7 455 米，最大爬坡角度为 38.6°，索道高差 1 277 米，是目前世界上最长的单线循环脱挂器车厢式索道(图 2.7)。它以张家界城市中心花园为起点，以天门山山顶的原始空中花园为终点，是张家界的一个新的旅游标志。

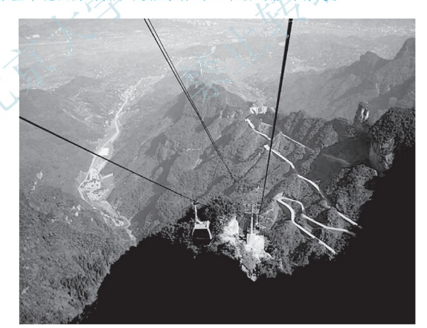


图 2.7　张家界天门山索道

从 1999 年开始，先后有奥地利、法国、瑞士、意大利、日本 5 个国家的索道公司来到天门山考察，最后于 2001 年在天津与法国 MOPA 公司签订了合同。整个建设项目从 2003 年开工，历时两年多，耗资 2.2 亿元人民币，全套设备除了支架由我国天津生产外，均按欧洲标准由国



外进口，整个施工都严格贯彻了“调试、自检、运行检验、安全检验”的安全流程。由于索道沿线山体高绝奇险，地质地貌复杂多变，施工难度远远超乎一般，整个建设过程艰辛无比。天门山索道不仅凝结了中外全体施工人员的智慧和汗水，也融合了当代索道工程最先进的科技成果，堪称当代索道工程建设中的一个奇迹、一个里程碑。公园通票价格为 258 元，一票通含索道费用。

(2) 签订合作协议。

① 计调员与景区交通服务项目采购对象进行洽谈，协商《合作协议书》的有关条款，并代表旅行社同这些公司签约。

② 计调员将经过双方签字的《合作协议书》存档，并送本社相关部门备案。

(3) 整理相关资料。

计调员将签约景区交通服务项目的名称、团队 / 散客价格、24 小时值班电话、调度联系人姓名及联系方式、乘坐须知、景区交通服务项目的相关规定等资料列表，分发给本社相关部门。

(4) 实施采购。

① 景区交通服务单位落实后传回，计调员将需要采购的景区观光车、索道、滑道、游船等服务项目的使用时间、数量、类型，联系人姓名、联系方式，使用该服务项目的注意事项、时间、地点，各项服务的价格、付款方式通报给相关部门和人员。

② 计调员应在游客或旅游团到达前一天，再次与景区交通服务单位联系人联系，核实景区交通服务项目、落实情况有无变化。

(5) 报账结算。

① 计调员根据《合作协议书》的相关规定，将实际发生的费用及明细账上报财务部门。

② 财务部门审核，确定符合《合作协议书》后，根据本次项目协议付款方式规定与景区交通服务项目单位办理结算付款手续。

2.3.2　住宿服务的采购

1. 确定采购对象

① 计调员根据本社经营计划，收集、调查各地酒店 / 宾馆的资料，根据实际情况，与基本符合本社要求的酒店 / 宾馆洽谈合作事宜，并进行实地考察，主要考察环境、设施和服务、酒店的类型(A. 商务酒店；B. 度假酒店；C. 会议酒店；D. 旅游酒店)、酒店的等级等。

② 计调员通过实地考察，从价位及结算方式、档次、服务、酒店安保、同级性价比、房况、酒店销售配合等方面对酒店 / 宾馆进行综合比较和评价，选出符合本社要求的酒店 / 宾馆。



2. 签订合作协议

① 计调员与多家符合本社要求的酒店/宾馆进行合作洽谈，根据当地具体行规，由双方协商拟定《合作协议书》，通过谈判与协商，计调员代表旅行社与对方代表签订《合作协议书》。

② 计调员对签署的《合作协议书》进行编号、存档，并报送相关部门备案。

3. 整理相关资料

计调员整理与住宿单位签订的《合作协议书》、酒店/宾馆的名称、值班电话、销售联系人姓名及24小时联系方式、淡旺季价格等相关资料及规定并列表，将列表分发给本社相关部门并备案。

4. 落实订房工作

① 计调员根据游客住宿要求，对行程安排、酒店位置、房间数量、入住时间、是否在酒店用餐、本次旅游活动的住宿价格、付款方式的要求，制订住宿采购计划。

② 计调员根据住宿采购计划，在已签订《合作协议书》的酒店/宾馆中用恰当的询问方式选择符合要求的酒店或宾馆，询问该酒店是否有房源、价格是否可以降低等信息。如没有符合要求的酒店/宾馆，需调整住宿采购计划，直至采购到符合要求的酒店/宾馆。及时与酒店/宾馆联系，传真发送订房单(范本2-9)；及时掌握最新的客房行情，争取更优惠的房价。

范本 2-9　______旅行社订房单

TO：　　　　　　　　FROM：
TEL：　　　　　　　　TEL：
FAX：　　　　　　　　FAX：
团队名称(游客姓名)：　　　　　　人数：
入住时间：____年____月____日____时至____年____月____日____时共____天。
住宿要求：____房____间，全陪房____床，陪同免房____床。
房费标准：____房____元/天，全陪床____元/天，住宿费累计____元。
膳食标准：早餐____元/人(含早，不含早)，中餐____元/人，晚餐____元/人，餐费累计____元。
付款方式：按付款协议约定执行(导游前台凭此单登记入住)。
备注：
(1)代订费、房费结算账单，请寄到我社财务部。
(2)其他费用均由游客自理，本社不予承担。
(3)收到订房委托后，请速将订房回执传回我社。

酒店确认：

公司名称(盖章)：　　　　联系人：　　　　年　　月　　日

③ 计调员在收到酒店 / 宾馆的确认传真后，进行登记并按发团时间顺序排列存档，计调员将酒店星级、位置、联系方式、使用该酒店注意事项、入住天数、价格、付款方式等信息转交给接待部门。如有更改还需要重新订房，并填写订房变更单(范本 2-10)。

范本 2-10　______旅行社订房变更单

TO：　　　　FROM：
TEL：　　　　TEL：
FAX：　　　　FAX：
您好！感谢贵酒店的信任与支持，由于团号______入住计划变动，现将更改单传真给您，请尽快确认、回传！谢谢！

事项	原来情况	变更后情况
人数		
日期		
用车类型		
用房数目		

酒店更改确认：

公司名称(盖章)：　　　　联系人：　　　　年　　月　　日

5. 报账结算

① 计调员根据《合作协议书》的相关规定，根据本次用房协议付款方式的规定，及时将住宿费用明细报财务部门。

② 财务部门根据《合作协议书》审核无误后与酒店 / 宾馆办理结算。

2.3.3　餐饮服务的采购

1. 确定采购对象

① 计调员根据本社经营计划，调查、收集餐饮部门(定点餐馆或饭店等)的相关信息资料。

② 经过初步筛选后，计调员对基本符合本社要求的餐饮单位进行实地考察，重点考察餐馆 (饭店) 的餐厅卫生标准、地理位置、车位、洗手间、餐标、主要经营风味、菜单(特色餐)、结算方式、销售配合、环境、停车场地、接待能力和服务情况等。

③ 计调员通过实地考察，进行综合比较和评价，选出符合本社要求的餐馆 (饭店)。


相关链接 2–11

藏餐简介

"藏餐"是西藏菜的统称，用料广泛，独具特色(图2.8)。具有代表性的是烧羊、牛肉、糌粑、酥油茶和青稞酒等，原料是牛、羊、猪、鸡等肉食与土豆、萝卜等蔬菜。饮食以米、面、青稞为主。喜欢重油、厚味和香、酥、甜、脆的食品，调料多辣、酸，重用香料，常用烤、炸、煎、煮等方法。藏餐筵席主要有松茸烧藏鸡、手掌参炖藏鸡、虫草炖鸭、烤藏香猪、青岗菌烧藏香猪及蕨麻米饭、灌汤包子、荞麦烧饼、手抓羊肉、土制血肠、土巴。


图2.8 藏餐

2. 签订合作协议

① 计调员根据考察结果，与多家符合本社要求的餐馆(饭店)进行合作洽谈，根据当地具体行规，由双方协商拟定《合作协议书》。

② 计调员通过与餐馆(饭店)负责人谈判，协商具体的合作事宜，并签订双方认可的《合作协议书》。

③ 计调员将签署的《合作协议书》进行编号、存档，并报送相关部门备案。

3. 整理相关资料

计调员整理与餐饮单位签订的《合作协议书》、餐馆(饭店)的名称、主要经营风味、值班电话、餐标、销售联系人姓名及24小时联系方式、接待能力等相关资料并列表，并将列表分发给本社相关部门备案。

4. 落实订餐工作

① 计调员根据游客的用餐禁忌、用餐风味、行程中路程距离、饭店位置、接待能力、餐标、是否在饭店入住、付款方式等因素制订餐饮采购计划，在已签订《合作协议书》的饭店中选择符合要求的饭店。如不能满足本次用餐需要，应再次调整餐饮采购计划。最终确定本次旅游行程的饭店后，应及时与饭店联系，用传真发送用餐单(范本2–11)；及时掌握饭店行情，争取更优惠的餐标。



范本 2–11　______旅行社用餐单

<table>
<tr><td colspan="2">TO：
TEL：
FAX：</td><td>FROM：
TEL：
FAX：</td></tr>
<tr><td colspan="3">团队名称(游客姓名)：　　　　　　　　　　　人数：____成人____小孩。
用餐时间：____年____月____日____餐。
用餐要求：____菜____汤(10 人一桌，____荤____素)。
餐标：早餐 成人____元 / 人，小孩____元 / 人。
　　　中餐 成人____元 / 人，小孩____元 / 人。
　　　晚餐 成人____元 / 人，小孩____元 / 人。　　　　餐费累计____元。
付款方式：按付款协议约定执行(导游前台凭此单登记用餐)。
特殊要求：
备注：
(1)其他费用均由游客自理，本社不予承担。
(2)收到订餐委托后，请速将订餐回执传回我社。</td></tr>
<tr><td colspan="3">餐厅确认：</td></tr>
</table>

公司名称(盖章)：　　　　　　　　联系人：　　　　　　　　年　　月　　日

② 计调员根据餐馆(饭店)的传真确认情况，按照接待计划中的发团日期顺序存档，并将饭店位置、联系方式、在该饭店的注意事项、本行程在该饭店的用餐次数、餐标、是否再次提醒饭店游客的用餐禁忌、特殊用餐要求、付款方式等信息，转告给接待部门。如有更改还需要重新订餐，填写用餐变更单(范本 2–12)。

范本 2–12　______旅行社用餐变更单

<table>
<tr><td colspan="2">TO：
TEL：
FAX：</td><td>FROM：
TEL：
FAX：</td></tr>
<tr><td colspan="3">　　您好！感谢贵公司的信任与支持，由于团号______用餐计划变动，现将更改单传真给您，请尽快确认、回传！谢谢！</td></tr>
<tr><td>事项</td><td>原来情况</td><td>变更后情况</td></tr>
<tr><td>人数</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>日期</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>餐标</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>总餐费</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="3">饭店更改确认：</td></tr>
</table>

公司名称(盖章)：　　　　　　　　联系人：　　　　　　　　年　　月　　日



5. 报账结算

① 计调员根据本社的财务规定和《合作协议书》的相关规定，及时将用餐费用明细报财务部门。

② 财务部门根据《合作协议书》及本次用餐协议付款方式的规定，审核无误后与餐馆(饭店)办理结算。

2.3.4 游览服务的采购

1. 确定采购对象

① 计调员根据本社经营规划，调查、收集旅游资源管理部门(文物局等)及游览单位(名胜古迹、风景区、动植物园、博物馆等)的相关信息资料。

② 经过初步筛选后，计调员对基本符合本社要求的游览项目进行实地考察，重点考察旅游资源情况、地理位置、公路状况、停车场地、结算方式、销售配合、接待能力和服务情况等。

③ 计调员通过实地考察，进行综合比较和评价，选出符合本社要求的游览项目。

2. 签订合作协议

① 计调员根据本社需求与选定的游览单位进行洽谈，协商合作事宜，包括旅游团队门票折扣、旅行社散客门票折扣(包括代理推广景区不成团的补助，年底返利，广告支持额度，游览前是否传真确认，门票、殿堂等的单价折扣价，大、小车进园的单价，结算方式和期限，陪同的减免人数及费用等)。

② 在协商一致的基础上，根据当地具体行规，由双方协商拟定《合作协议书》。

③ 计调员将签署的《合作协议书》进行编号、存档，并报送相关部门备案。

3. 整理相关资料

① 计调员整理签约旅游项目单位的资料，包括单位名称、电话、联系人、淡旺季价格、团队散客价格等相关资料，并制作列表。

② 计调员根据《合作协议书》和双方的相关规定，编制参观游览结算单(范本 2–13)，主要内容包括旅行社的名称、人数、收款单位、陪同姓名、日期等。

范本 2–13　参观游览结算单

参观游览券存根	中国________旅行社参观游览券
团名：	旅游团名称：
人数：	旅游团人数：(大写)
地点：	收款单位：(公章)
陪同：	陪同姓名：
日期：	日期：　年　月　日



③ 计调员将《合作协议书》及列表分发给本社相关部门，并备案。

4. 带团游览

① 计调员根据游客的游览要求，确定游览单位及时间，如需要可以向景区传真确认、向导游派发参观游览结算单；导游根据接待计划，安排游客参观游览。

② 导游按规定填好参观游览结算单并交给旅游景点工作人员，双方按协议共同做好游客的接待和游览工作。

5. 报账结算

① 导游将参观游览结算单统一交给财务部门。

② 财务部门根据《合作协议书》、本次游览协议及付款方式的规定，审核无误后与相关旅游项目单位办理结算。

2.3.5　娱乐服务的采购

1. 确定采购对象

① 计调员根据本社的业务需要，调查、收集各地具有特色的娱乐节目的信息资料。

② 计调员与这些提供娱乐节目的单位协商、洽谈合作事宜。

③ 计调员根据协商的结果，选择符合本社业务需要的娱乐节目。

2. 签订合作协议

① 计调员根据协商的结果与当地具体行规，由双方协商拟定《合作协议书》。

② 计调员通过与娱乐单位谈判，双方在公正平等的基础上签订《合作协议书》。

③ 计调员将签署的《合作协议书》进行编号、存档，并报送相关部门备案。

3. 整理相关资料

① 计调员整理与娱乐节目提供单位签订的《合作协议书》、该单位的相关资料并列表，注明各娱乐节目提供单位的要求及特殊规定。

② 计调员将娱乐节目提供单位的列表及特殊规定分发给本社相关部门。

4. 实施采购

① 计调员与娱乐节目提供单位随时保持联系，了解新节目的上演，索取节目简介与节目单，并及时分发到本社相关部门。

② 计调员根据游客的娱乐要求，制订采购计划，并落实具体的订票工作。

③ 节目门票预订落实后，计调员及时通知接待部门或导游，安排游客欣赏娱乐节目。

5. 报账结算

① 计调员根据本社的财务规定和《合作协议书》的相关规定，及时将娱乐费用明细报财务部门。

② 财务部门根据《合作协议书》审核无误后，与娱乐节目提供单位办理结算。

2.3.6 购物服务的采购

1. 确定采购对象

① 计调员根据本社经营计划，调查、收集各地与旅游产品相配套的购物商店及这些商店的信息资料。

② 计调员与这些旅游定点商店协商、洽谈合作事宜。

③ 计调员根据协商的结果，选择有特色的购物商店。

2. 签订合作协议

① 计调员根据协商的结果及当地具体行规，由双方协商拟定《合作协议书》。

② 计调员通过与旅游定点商店谈判，双方在公正平等的基础上签订《合作协议书》。

③ 计调员将签署的《合作协议书》进行编号、存档，并报送相关部门备案。

3. 整理相关资料

① 计调员整理与旅游定点商店签订的《合作协议书》，注明各旅游定点商店提供单位的要求及特殊规定。

② 计调员将旅游定点商店的相关资料列表及特殊规定分发给本社相关部门。

4. 落实旅游购物商店

① 计调员根据本社业务计划和游客的要求安排旅游定点商店，并落实具体的工作。

② 计调员安排好旅游定点商店后，及时通知接待部门或导游，带游客去欣赏或购物。

5. 报账结算

① 计调员根据本社的财务规定和《合作协议书》的相关规定，及时将结算单报财务部门。

② 财务部门根据《合作协议书》审核无误后，与旅游定点商店办理结算。

2.3.7 地陪服务的选择

1. 确定采购对象

① 计调员根据本社经营计划，调查、收集地接导游的相关信息资料。

② 经过初步筛选后，计调员对基本符合本社要求的地接导游进行考察，重点对声誉好、经验丰富的地接导游进行考察。



③ 计调员通过考察后，进行综合比较和评价，与符合本社要求的地接导游联系，初步约定合作关系。

2. 签订合作协议

① 计调员通过与地接导游谈判，协商具体的合作事宜。

② 计调员根据协商的结果，利用本社的标准采购合同文本，拟定《地接导游聘用协议书》。

③ 计调员与地接导游签订双方认可的《地接导游聘用协议书》。

3. 整理相关资料

① 计调员将签署的《地接导游聘用协议书》进行整理、编号、存档，并报送相关部门备案。

② 计调员将《地接导游聘用协议书》分发给本社相关部门。

4. 落实带团工作

① 计调员根据组团社的要求，通过对已签协议导游的筛选，选择合适的地接导游。

② 计调员将与组团社约定的旅游行程、人数、时间、注意事项等具体要求，以出团计划单的形式发给地接导游，并提醒其携带相关证件和资料。

③ 计调员协助地接导游处理带团过程中的各项事宜。

5. 报账结算

① 计调员根据本社的财务规定和《地接导游聘用协议书》的相关规定，及时将该团地接导游的服务费明细报财务部门。

② 财务部门根据财务规定和《地接导游聘用协议书》审核无误后，与地接导游办理服务费用结算事宜。

2.3.8　变更后的采购

旅游计划的变更因自身在产业链的位置，极易受到相关因素及突发事件的影响。这种影响直接对原先的采购构成威胁。当外联部或接待部告知变更时，计调部应积极协助处理，并做出相应调整，如根据团队人数增减、交通问题、行程变动等情况，做出修改、取消原定行程并重新采购等决策。

1. 变更应遵循的原则

计调员在对原计划进行调整时，应遵循以下原则。

(1) 变更最小原则。

将因计划变更所涉及的范围控制到最小，尽可能不对原计划进行大的调整，以避免引起其他因素的变更。

(2) 宾客至上的原则。

旅游计划是旅游活动的依据，旅行社同游客一旦形成约定关系，一般不要随意更改。对不可抗因素引起的变更，应充分考虑游客的意愿，并求得他们的谅解。

(3) 同级变通原则。

变更后服务内容应与最初的安排在级别、档次上力求一致，尤其在住宿方面。

2. 变更后采购通用方法

① 航班变更。一是包机，但要注意控制成本；二是飞机改火车，尽量利用晚间，但距离不宜过长，若铺位不足则考虑加挂，若加挂不行则考虑利用汽车。

② 住宿、餐饮出现问题。应选择就近同级别的酒店、餐馆。另外，采取加菜、赠品等方式弥补因变更给游客带来的损失。

计调承上启下，连接内外，在旅行社中处于中枢位置。当计划变更和突发事件发生时，计调员应立即拟出应急方案，并与相关部门，如外联、接待及交通、酒店、地接社等迅速构成协同通道，以应对所有可能的变化。

【任务实训】

撰写订车单、订房单、订餐单

▶ 实训目的

掌握订车单、订房单、订餐单等相关文本的撰写。

▶ 实训内容

要求每一位学生代表本地的一家地接社撰写订车单、订房单、订餐单。

▶ 实训步骤

第一步：教师指定一家旅行社、一家酒店、一家餐饮公司、一家汽车租赁公司。
第二步：学生代表旅行社接待计调员向酒店订房，撰写一份订房单。
第三步：学生代表旅行社接待计调员向餐饮公司订餐，撰写一份订餐单。
第四步：学生代表旅行社接待计调员向汽车租赁公司订车，撰写一份订车单。

▶ 实训成果

每一位学生提交一份订车单、订房单、订餐单。

【任务完成】

通过对本任务的学习，学生掌握了住宿、用餐、用车、游览、购物、娱乐等各项地接服务的采购方法和采购流程，能够撰写各种订购单和变更单，能够独立地进行各种地接服务的采购。



任务 2.4　国内接待计调的工作流程

【任务导入】

▶ 案例介绍

2019 年 7 月正是旅游旺季，北京 A 旅行社每天接待的旅游团队特别多，上海 B 旅行社 7 月 25 日组织了由 30 位教师组成的旅游团，于 7 月 25—30 日在北京旅游，由北京 A 旅行社负责接待。北京 A 旅行社计调员张嘉与上海 B 旅行社计调员王洛已经确认了接待计划。但是，7 月 23 日上海 B 旅行社又增加了 5 位游客，于是王洛马上给张嘉打电话，张嘉回复同意增加 5 人，同时王洛也发了更改计划给张嘉。张嘉接到更改计划后也及时进行了确认。由于旅游团队太多，张嘉没有及时更改接待计划，导致 7 月 25 日上海增加的 5 人到机场后，旅游车的座位不够，酒店也没有安排，引发游客对接待工作的不满，遂向旅游局投诉。

▶ 问题

张嘉从此案例中应该吸取哪些教训？

▶ 案例解析

旺季时，团量集中，工作量大，几乎所有员工都会超负荷工作，这种情况下最容易出差错。张嘉应该严格按照计调工作流程进行操作。特别是当计划变更之后，一定要及时更改计划，及时增加预订，保质保量地接待每一位游客。

【任务分析】

国内接待计调工作繁杂，一定要严格按照流程进行操作，其操作流程分为 14 个步骤，如图 2.9 所示。

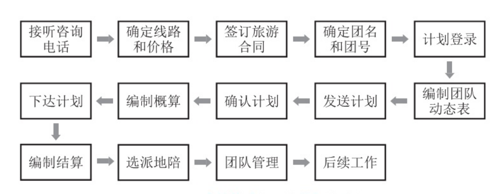


图 2.9　国内接待计调工作的操作流程

2.4.1 接听咨询电话

国内接待计调员的工作流程是从接国内组团社、本社服务网点或本地游客的咨询电话开始的。国内组团社、本社服务网点或本地游客打电话主要是咨询旅游线路和价格。国内接待计调员在接听电话时应注意以下几点。

1. 接通电话后自报家门

国内接待计调员接通电话后，一定要向对方问好，然后自报家门。例如："您好！我是 ×× 国际旅行社 ×× 专线部的李 ××，很高兴为您服务。"禁止说"你找谁呀""你是谁呀"，这样不仅浪费时间还很不礼貌，使公司的形象在顾客心中大打折扣。

2. 向游客问清楚相关服务内容

接听电话时，问清对方的单位、姓名、电话、传真、团号、抵 / 离时间、往返大交通、所需产品(行程线路)、等级标准、团队大概人数、出行日期、有无全陪、有无特殊要求(如饮食禁忌等)、哪位业务员的客户及其他相关信息。

3. 记录重要内容

在电话机旁最好摆放纸和笔，这样便于接听电话时随手将重点记录下来，电话结束后，应该对记录下来的重点妥善处理。对于住宿、餐饮、交通等内容一定要详细问清楚具体标准。

4. 重复重要内容

电话结束前，还应该对一些重要内容进行再次确认，看记录是否有误。

2.4.2 确定线路和价格

1. 确定线路

(1) 审核国内组团社提供的旅游线路。

如果国内组团社提供了旅游线路，就要仔细阅读并审核国内组团社的旅游线路，如认为安排不合理，或地接方面的特殊情况不可能实施，要向国内组团社说明情况要求更改，并提出合理的、可行的建议。

(2) 推荐旅行社现有的旅游线路。

如果组团社没有提供旅游线路，国内接待计调员可以根据国内组团社客户的要求推荐旅行社现有的旅游线路。

(3) 重新设计旅游线路。

如果国内组团社对现有的旅游线路不满意，国内接待计调员可以根据游客的要求重新设计旅游线路。经双方协商同意后作为最终的旅游线路。

2. 询价计价报价

国内接待计调员根据行程安排，以询价单的方式向需要提供服务的各个单位一一询



价，要求对方尽快回传确认。在向各协作单位询价之后，进行内部计价，把各合作单位的价格加起来，就构成了地接社的成本。在地接社总成本的基础上加上一定的利润后，就可以向组团社报价。

2.4.3　签订旅游合同

与国内组团社确定价格之后，就可以签订正式的旅游合同。其中对双方约定的事项进行程序上的确认，是国内接待计调员在操作上必不可缺少的程序。第一步：与对方协商付款方式及付款时间。第二步：与对方确定违约补偿办法。第三步：与组团社拟定协议书。协议书的内容包括旅游时间，付款方式及付款时间，交付金额，双方的权利、义务、违约责任等。第四步：确定具体事项。在双方协商时注意文字表述的严谨性，避免发生争议。应该向对方提醒合同中的敏感条款，并加以适当的解释和说明。第五步：核实签字。在双方没有任何异议的情况下，签字生效。国内接待计调员一定要注意，如果任何一方没有签字，则该协议或旅游合同将视为无效。

2.4.4　确定团名和团号

1. 团名

国内旅游团队的团名即旅游团的名称，一般由“地区(省或城市)+ 组团社(简称)+ 线路名称”组成，以中文表示。例如，上海华夏旅行社接待北京春秋旅行社组织到上海的 5 日游旅游团队，可以命名为北京春秋上海 5 日游团。

2. 团号

国内地接社团号是在国内组团社团号前加两位简约代码。例如，湖南某旅行社的一支旅游团名为北京双飞 7 日游，出团日期为 10 月 7 日，出团数为第一个团，其规范团号为 HBB07–2F1007A。又如，地接社为北京阳光旅行社，则在团号前加两位公司代码 YG，接团后团号为 YGHBB07–2F1007A。

2.4.5　计划登录

接到国内组团社书面预报计划后，国内接待计调员将团号、人数、国籍、抵 / 离机(车)、时间等相关信息登录在当月团队动态表中。如遇对方口头预报，必须请求对方以书面方式补发计划，或在本旅行社确认书上加盖对方业务专用章并由经手人签名，回传作为确认件存档。

2.4.6　编制团队动态表

编制接待计划，是指国内接待计调员将人数、陪同数、抵 / 离航班(车)、时间、住宿酒店、餐馆、参观景点、地接社、接团时间及地点、其他特殊要求等逐一登记在团队动态表中。

2.4.7　发送计划

发送计划就是国内接待计调员向各有关单位发送计划书，逐一落实接待任务。



1. 用房

根据团队人数、要求，国内接待计调员以传真方式向协议酒店或指定酒店发送订房单并要求对方书面确认。如遇人数变更，及时进行更改，以传真方式向协议酒店或指定酒店发送，并要求对方书面确认；如遇酒店无法接待，应及时通知组团社，经同意后调整至同级酒店。

2. 用车

根据人数、要求安排用车，国内接待计调员以传真方式向协议车队发送订车单并要求对方书面确认。如遇变更，及时做出更改件，以传真方式向协议车队发送，并要求对方书面确认。

3. 用餐

根据团队人数、要求，国内接待计调员以传真或电话通知向协议餐馆(饭店)发送订餐单。如遇变更，及时做出更改件，以传真方式向协议餐馆(饭店)发送，并要求对方书面确认。

4. 地接社

如果游客需要异地旅游，就需要国内接待计调员以传真方式向协议地接社发送团队接待通知书并要求对方书面确认。如遇变更，及时做出更改件，以传真方式向协议地接社发送，并要求对方书面确认。

5. 返程交通

如果国内组团社没有落实返程交通，需要国内地接社落实返程交通时，国内接待计调员需要仔细落实并核对计划，向票务人员下达订票通知单，注明团号、人数、航班(车次)、用票时间、票别、票量，并由经手人签字。如遇变更，及时通知票务人员。

2.4.8　确认计划

确认计划就是国内接待计调部门向国内组团社接团的相关事宜。旅游接待计划是地接社和组团社合作的基础及处理旅游纠纷的法律依据。从理论上讲，地接社和组团社只有共同完成旅游接待任务，才能获得相应的经济回报。但在实际合作过程中，地接社和组团社之间出现纠纷的现象并不少。对此，旅游接待计划可以起到规范双方权利和义务的作用。当组团社与地接社就旅游行程和报价达成一致后，双方即进入旅游接待计划的确认阶段。

1. 确认的原因

(1) 国内组团社要求确认接待计划。

国内组团社把团队接待计划传真给地接社时，在计划中会附有一份回执，要求地接社在收到接待计划后，将团队计划落实情况确认后盖章回传给组团社。这样，国内组团社收



到回执后就可以放心发团。地接社对确认的接待计划负有法律责任。

(2) 国内地接社对接待计划不能确认时，要主动通知组团社。

国内地接社计调部门收到组团社发来的接待计划后，应立即落实接待事宜。若有个别不能确认的团队或团队计划中不能确认的项目，要及时通知国内组团社，以便国内组团社及时做出调整。

2. 确认的方式——地接确认单

国内地接社以确认单的方式向国内组团社确认接待计划，见范本 2–14。

范本 2–14　× × 旅行社旅游计划确认书

TO	× × 旅行社	FROM	× × 旅行社
收件人		发件人	
TEL/FAX		TEL/FAX	
关于贵社　团计划明细如下，请核对后盖章回传确认，方可生效，感谢贵社的支持与厚爱！			
日期	起始地及交通	行程：　　人数：____人	住宿 / 用餐
备注： 1. 请提前____个工作日提供以下资料： 2. 在行程不减少的前提下，我社保留行程顺序调整权，如遇人力不可抗力因素或游客自身原因，造成行程羁留或延误所产生的费用由游客自理；旅游人身安全险具体赔付按照保险公司相关条例执行。			
购物点： 另行付费旅游项目：			
服务标准： 住宿：　　　　　　　　用车： 用餐：　　　　　　　　景点： 导游：			
报价如下： 住宿费：　　　　　　　门票： 餐费：　　　　　　　　导游费： 车费：　　　　　　　　保险费：			

续表

<table>
<tr><td colspan="4">总团款：____元/人 ×____人 +____元(全程单房差)+ 全陪费____元 =____元(万　仟　佰　元整)
付款方式：请于____年____月____日____:00 前确认机票名单及付____元出机票，接团前付团款____元，余款____元，于团队结束后一周内付清！</td></tr>
<tr><td colspan="4">感谢贵社的支持与厚爱！祝生意兴隆！
请确认无误后盖章并签字回传后为最终确认。
地接社盖章确认处：
我社账号：
工商银行：　　开户行：　　账号：</td></tr>
<tr><td colspan="4">导游：　　姓名：　　手机：</td></tr>
<tr><td>游客姓名</td><td>身份证号码</td><td>游客姓名</td><td>身份证号码</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table>

2.4.9　编制概算

编制团队预算单，注明现付费用、用途，交由主管审核后报财务部门审核；填写借款单，与预算单一并交部门经理审核签字后，再报总经理签字。最后，凭预算单、接待计划、借款单、车队的回传确认单、房间回传确认单等向财务部领取借款。

2.4.10　下达计划

下达计划就是国内接待计调部门给本社接待部门下达具体的接待事宜。需要编制接待计划(范本 2-15)及附件，编制好后由计调员签字并加盖团队计划专用章。游客有特殊要求的(如分房要求)或组团社重点备注的，也必须在名单中标示出来。

范本 2-15　旅行社团队运行计划表　　　编号：

<table>
<tr><td>团名：__________　人数：__________　组团社：__________
旅游线路名称：__________　行程共计：____天____夜(含在途时间)
出发日期：__________　出发地点：__________
途经地点：__________　目的地：__________
结束日期：__________　返回地点：__________</td></tr>
</table>



续表

一、行程与标准

行程时间	主要景点名称（游览时间 / 小时）	交通工具标准	酒店标准	房间标准	其他活动
月　日					
月　日					
月　日					

备注：

1.“交通工具标准”栏中不含景区内观光车、索道等，应按各类别的标准填写，如飞机，头等舱 / 商务舱 / 经济舱；火车，普通车 / 空调车 / 动组车(其中软卧 / 硬卧 / 软座 / 硬座)；轮船，普通客船 / 星级游船______人 / 间(其中是否有卫生间)；汽车，空调大巴 / 空调卧铺 / 普通客车。

2.“酒店标准”栏不得写“准 × 星”或相当于 × 星”。

3.“房间标准”栏指几人间，如双人间(带卫生间)。

4.“其他活动”栏指晚间活动或自由活动。

5. 行程天数不够填写可另加页。

二、用餐标准

早餐____次，标准____元 / 人；

正餐____次，标准____元 / 人(含____菜____汤)。

三、购物安排

购物次数原则上每日不超过____次，每次停留时间不得超过双方约定时间。

日期	购物场所名称	停留时间(小时)	日期	购物场所名称	停留时间(小时)
月　日			月　日		
月　日			月　日		

四、住宿时，如遇单人住宿或房间标准与原计划有异，住宿差价的解决办法：____________

____

五、如因人数不足无法单独成团，本社将按与游客约定的行程计划与____________旅行社签订委托发团合同

六、如遇不可抗力或 2/3 以上游客的要求，本社带团导游有权临时调整行程

七、自费项目提示及其他注意事项：____

地接社名称：____________　汽车车型：____________　车号：____________

全陪：____________　手机：____________　地陪：____________　手机：____________

集合标志：__________________

旅行社投诉电话：______________　各级旅游执法机构投诉电话：________________

本计划编制人：________________

游客认定并签字：______________

旅行社业务专用章：

年　　月　　日

(资料来源：四川省中国国际旅行社。)



2.4.11 编制结算

国内接待计调员需要填制公司团队结算单，经审核后加盖公司财务专用章，并于国内团队抵达前将结算单传真至国内组团社，催促对方把接待款划入该旅行社账户。

2.4.12 选派地陪

选择合适的导游接团。地接社计调部门应本着高度负责的态度，认真选派地陪导游。

1. 选择地陪的要求

一是必须选派已取得导游证的正式导游。二是必须掌握导游的基本情况(包括带团年限、证书编号、导游等级、投诉及表扬记录、仪容仪表、身体健康状况、个性品质等)，选拔有良好职业道德、语言对口、等级高、无不良投诉的优秀导游来带团。三是必须考察导游的业务技能，择优选用。要考察的技能包括导游的知识储备、服务技能、语言能力、应变能力等，择优选用是导游服务质量的基本保证。四是必须根据团队的特点选派导游。如老年团适合选派稳重大方的导游，儿童团则适合选派性格开朗、有亲和力的导游。

2. 发送团队运行表等资料，交代带团注意事项

国内接待计调员把旅行社团队运行计划表(范本 2–16)、旅行社服务质量跟踪调查表(范本 2–16)、游客名单、概算单等资料，以及诸如团队重点游客、民俗禁忌、用餐标准、司陪住宿等内容发给导游。导游必须严格执行接待计划，不得随意增减计划内容。如遇组团行程或游客行程与地接社行程不符，导游必须立即向计调员汇报，不得擅自做主。在运行前一天，国内接待计调员应对有关要素进行再确认，提醒导游接团。

范本 2–16 旅行社服务质量跟踪调查表

<table>
<tr><td>团名</td><td></td><td>人数</td><td colspan="2"></td><td>全陪</td><td></td></tr>
<tr><td>地陪</td><td></td><td>车号</td><td colspan="2"></td><td>驾驶员</td><td></td></tr>
<tr><td>游客意见</td><td>非常满意</td><td colspan="2">满意</td><td>基本满意</td><td colspan="2">不满意</td></tr>
<tr><td>日程安排</td><td></td><td colspan="2"></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>导游服务</td><td></td><td colspan="2"></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>餐饮质量</td><td></td><td colspan="2"></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>住宿标准</td><td></td><td colspan="2"></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>娱乐项目</td><td></td><td colspan="2"></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>交通保障</td><td></td><td colspan="2"></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>购物安排</td><td></td><td colspan="2"></td><td></td><td colspan="2">游客签名</td></tr>
<tr><td>旅游安全</td><td></td><td colspan="2"></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>其他</td><td></td><td colspan="2"></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
</table>



续表

	1. 为了切实保护游客的合法权益，加强对旅游经营者特别是导游的监督管理，特别编制本表。 2. 团队抵达时，由导游将本表分发给每位游客。 3. 导游不得随意更改团队接待计划。 4. 游客如对表中所列项目不满意，可向各级旅游执法(质监)机构投诉，投诉电话：96927。 投诉地址： 邮编：

(资料来源：四川省旅游执法总队。)

2.4.13 团队管理

1. 接团管理

接团是指本国、本地区的旅行社对来自外国或外地区的，从事游览、观光、探亲及商务、会务或其他旅游活动的团队和个人做好接待与服务工作的过程。国内接待计调员要做好接团管理工作，安排导游准时到机场(火车站、码头、车站等)接团。接团工作开始后，旅行社将从多方面为游客提供服务，游客与旅行社的接触也随之增加。因此，接团工作的好坏，将直接关系到旅行社的知名度和效益。

2. 监督管理

计调员的监督作用非常重要，在团队运行过程中应注意“一进一出”原则(对于重点团要注意跟踪)，即团队抵达第一日及团队返程最后一日都要密切关注。如产生问题或投诉，应及时与客户沟通，以最快的速度解决问题，尽量把问题处理在当地，不要把麻烦留给组团社，并有明确的处理意见书，需领队及陪同签字确认。

(1) 监督接团过程中各接待单位的落实情况。

一是监督交通工具的使用情况，特别要注意旅游车的设施设备是否齐全、车况如何。它常常对团队的接待质量和利润产生决定性影响。二是监督餐饮部门落实用餐情况，特别是餐厅的卫生情况。提醒地接导游订餐时，及时把游客(旅游团)的宗教信仰和个别游客的特殊要求转告餐厅，避免出现不愉快和尴尬的局面。三是监督住宿情况，特别要重视住宿地点的环境、设施等。提醒住宿单位严格按照协议约定的标准向旅游者提供住宿。

(2) 监督地接导游的工作情况。

一是监督地接导游实施旅游接待计划的情况。二是监督地接导游的服务态度和服务水平，以及全陪、游客对地接导游的意见评价。

(3) 监督的方法。

一是实地监督。在实施接待计划的同时，接待计调员应到达现场对各个部门及导游进行监督。但是，在实际操作中，这一点在执行时会有困难。二是通过电话监督。接待计调员可以通过电话询问。如向地接导游询问各个接待单位的接待情况，向各个接待单位询问导游的工作情况，向游客询问导游的态度等。这在实际工作中比较常用。

3. 送团管理

在团队顺利结束本地行程后，接待计调员还要做好送团管理工作，安排导游准时到机

场送机，不要造成误机。接待计调员还要与游客保持良好的关系，努力使之成为自己的朋友，为第二次销售工作打下基础。

2.4.14 后续工作

1. 报账登账

团队行程结束，国内接待计调员应通知导游凭导游报账单(范本 2-17)、接待计划、陪同报告书、质量反馈单、原始票据等及时向部门计调员报账。接待计调员详细审核导游填写的陪同报告书，以此为依据填制该团费用结算单(范本 2-18)及决算单，交部门经理审核签字后，交财务部并由财务部经理审核签字，再由总经理签字，之后向财务部报账。报账之后接待计调员将涉及该团的协议单位的相关款项及时登录到团队费用往来明细表中，以便核对。

范本 2-17 ××旅行社导游报账单

<table>
<tr><td colspan="2">团号</td><td colspan="2">人数</td><td>导游</td></tr>
<tr><td colspan="2">线路</td><td colspan="3">起止时间</td></tr>
<tr><td>住宿费</td><td colspan="4">小计：</td></tr>
<tr><td>餐费</td><td colspan="4">小计：</td></tr>
<tr><td>门票</td><td colspan="4">小计：</td></tr>
<tr><td>其他</td><td colspan="4">小计：</td></tr>
<tr><td>车费</td><td colspan="2"></td><td colspan="2">实支合计：¥</td></tr>
<tr><td colspan="5">核实金额(大写)　万　仟　佰　拾　元　角　分　¥</td></tr>
<tr><td>预领费用：</td><td colspan="2">现收费用：</td><td colspan="2">签单金额：</td></tr>
<tr><td>扣款</td><td colspan="2"></td><td colspan="2">应退(补)：¥</td></tr>
<tr><td>备注</td><td colspan="4"></td></tr>
</table>

经理：　　财务：　　计调：　　导游：

范本 2-18 ××旅行社费用结算单

<table>
<tr><td>组团社</td><td></td><td>团号</td><td></td></tr>
<tr><td>人数</td><td></td><td>联系人</td><td></td></tr>
<tr><td>旅游团抵 / 离时间</td><td colspan="2">年　月　日　抵</td><td>年　月　日　离</td></tr>
<tr><td rowspan="8">旅行团费用</td><td colspan="3">餐费：　元</td></tr>
<tr><td colspan="3">住宿费：　元</td></tr>
<tr><td colspan="3">门票：　元</td></tr>
<tr><td colspan="3">交通费：　元</td></tr>
<tr><td colspan="3">飞机票：　元</td></tr>
<tr><td colspan="3">火车票：　元</td></tr>
<tr><td colspan="3">综合服务费：　元</td></tr>
<tr><td colspan="3">合计：　元</td></tr>
<tr><td colspan="4">备注：</td></tr>
</table>

确认签名：　　盖章：　　报销人：　　年　月　日



2. 归档总结

(1) 建立团队档案。

团队结束后，国内接待计调员要整理该团的原始资料，每月底将该月团队资料登记存档，以备查询。建立团队档案的主要内容有组团社的询价单(历次询价)、双方签字(盖章)的确认单、客户名单、合同、缴费单、最终行程表、订车单、订票单，以及送团后双方结算的单据和地陪日志、游客意见反馈单等。这些资料的保存期至少为两年。

(2) 总结工作。

国内接待计调员对整个带团工作进行总结，检查地陪的带团日志，处理表扬与投诉。表扬和投诉都需要报告给部门领导，有的表扬需要对当事人进行褒奖，或通过一定的宣传增加旅行社的美誉度；有的投诉涉及多个部门，处理不好，可能会有损旅行社的名誉或造成经济损失，接待计调员要搞清情况，如实报告给部门领导，做好协调工作。

3. 售后服务

旅行社的售后服务是指在旅游者结束旅游之后由旅行社向组团社或旅游者继续提供的一系列服务，意在加强与组团社或旅游者的联系，主动解决他们遇到的各种问题。其具体操作是由计调员完成的。

售后服务对旅行社维系已有客源和开拓新的客源都至关重要。大多数旅行社计调员不重视售后服务，丢失了不少客源，丧失了很多机会。由于售后服务对旅行社今后的工作极为重要，成熟的旅行社会采取多种多样的售后服务形式以争取再次与组团社合作。只有做好售后服务工作，才能巩固并扩大客源。只有客源充足，才能使旅行社在激烈的竞争中求得生存与发展。

售后服务的作用。一是信息反馈。向组团社了解旅游者在旅游中的满意度；根据地接导游收集的旅游者意见反馈单可以得到旅游的基本信息。计调员对这些信息进行整理、分类，并及时向旅行社主管经理汇报。二是调整策略。计调员根据组团社或游客的反馈信息，可以及时地、有针对性地调整经营策略，以适应旅游者不断变化的需求。三是保持联系。计调员与组团社或旅游者经常保持联系，可以促进彼此的了解，加深感情，以期再次合作。

【任务实训】

国内接待计调工作流程模拟

▶ 实训目的

掌握国内接待计调工作的流程。

▶ 实训内容

通过不同角色扮演进行接待计调员工作流程模拟实训。



▶ 实训步骤

第一步：全体学生分成 6 组，分别代表组团社、地接社、酒店、餐饮部门、汽车租赁公司、旅游景区。

第二步：每组学生分别代表该单位不同工作岗位的工作人员，进行模拟实训。

第三步：组与组之间可以互换不同的角色进行模拟实训。

▶ 实训成果

让每位学生都掌握国内接待计调工作的流程。

【任务完成】

通过对本任务的学习，学生掌握了国内接待计调前期准备工作、发团管理业务及后期收尾工作的操作流程。通过模拟实训，学生对接待计调工作流程有了更深的了解，能够从事基本的接待计调工作。

同步练习

一、填空题

1. 根据交通线路和交通工具的不同，旅游交通一般可分为__________、__________、__________、水运和特殊交通 5 种类型。

2. __________是指游客在旅游目的地国家或地区购买的各种物质产品。

3. 根据酒店规模，可以把酒店划分为__________、__________和__________3 类。

4. 按照旅游线路的距离可将旅游线路划分为__________、__________、__________3 种类型。

5. __________是在全包价旅游线路的基础上扣除餐费的一种包价形式。它与全包价旅游线路的主要区别在于，这种旅游包价内不含午、晚餐费用。

6. __________是线路的性质、大致内容和设计思路等方面的高度概括。

7. 地接社对外报价常用的方法有两种，即__________和__________。

二、单项选择题

1. 大型酒店的客房数一般在(　　)间以上。

A. 400　　B. 500　　C. 600　　D. 700

2. 商务型酒店多位于(　　)，接待商务客人、旅游客人及因各种原因作短暂逗留的其他客人。



A. 海滨地区　　B. 城市的中心地区　C. 公路干线上　　D. 环境优美的风景区

3. (　　)是旅游行程中的核心内容，是游客在旅游目的地进行的最基本和最重要的旅游活动，各项服务都围绕这个主体展开。

A. 旅游住宿　　B. 旅游交通　　C. 游览景点　　D. 旅游娱乐

4. 下列物品中不属于购物品的是(　　)。

A. 旅游生活用品　　B. 旅游文化用品　　C. 武术表演　　D. 旅游纪念品

5. (　　)就是要求旅行社在开发旅游线路前，对市场进行充分的调查研究，检测市场需求的发展趋势和需求数量，分析游客的旅游动机。

A. 时效优先原则　　B. 市场原则　　C. 突出特色原则　　D. 安全原则

6. (　　)是旅游线路具有吸引力的根本所在。

A. 突出特色　　B. 旅游服务　　C. 旅游资源　　D. 旅游供给

7. 地接社计调旅游交通服务的采购主要是以(　　)为主。

A. 汽车　　B. 水运交通服务　　C. 航空交通服务　　D. 火车交通服务

三、多项选择题

1. (　　)酒店是完全服务酒店，评定星级时应对酒店产品进行全面评价。

A. 二星级　　B. 三星级　　C. 四星级

D. 五星级　　E. 白金五星级

2. 当今世界旅游娱乐业大致分为(　　)几大类。

A. 健身性娱乐　　B. 赌博性娱乐　　C. 游戏性娱乐

D. 文化性娱乐　　E. 社会性娱乐

3. 以旅游线路的起止特征为标准划分，旅游线路可分为(　　)形式。

A. 流线型　　B. 环型　　C. 辐射型

D. 封闭型　　E. U 型

4. 小包价旅游又称可选择性旅游，由可选择部分和非选择部分组成。其中，非选择部分包括(　　)。

A. 往返接送　　B. 导游服务　　C. 住宿

D. 早餐　　E. 风味餐

5. 设计旅游线路时，要兼顾(　　)，尽可能做到效益最大化。

A. 旅游经济效益　　B. 旅游社会效益　　C. 旅游生态效益

D. 旅游文化效益　　E. 旅游政治效益

6. 下列物品中属于旅游娱乐项目的是(　　)。

A. 高尔夫球　　B. 赛马赌博　　C. 旅游纪念章

D. 杂技表演　　E. 景区光盘

四、判断题(正确的在题后括号内打“√”，错的打“×”)

1. 旅游景区是旅游活动的主体，它是游客选择该项旅游产品最主要的原因和动机。(　　)



2. 修学旅游线路的对象是特定的，一般都是在校学生，通常由教师带队。（　　）

3. 环线型旅游线路只有一个起点、一个终点。旅游活动自起点开始，至终点结束。（　　）

4. 在旅游活动中，保障安全是游客最基本的要求。（　　）

5. 在交通安排合理的前提下，同一线路旅游点的游览顺序应由吸引力较大的旅游点逐步过渡到一般的旅游点。（　　）

五、简答题

1. 计调员应该从哪些方面选择酒店？

2. 旅游线路设计应遵循哪些原则？

3. 简述旅游线路设计包含的主要内容。

4. 计调员在设计旅游线路时，应遵循旅游点结构合理的原则，旅游点结构合理体现在哪些方面？

5. 简述国内接待计调员采购住宿服务的程序。

六、操作题

北京国际旅行社组织25位游客于2019年7月18日16:00从首都机场乘国航CA1407到成都，18:50到达成都双流机场，由四川康辉九寨假期旅行社负责接待。接机后入住成都芙蓉丽庭大酒店。19日早餐后乘车赴九寨沟，中午在茂县吃午餐，晚上住九寨沟沟口的九龙宾馆。20日早餐后乘车到九寨沟大门，换乘观光车进入九寨沟游览，游览九寨沟日则沟、则查洼沟和树正沟三条沟。沟内午餐自理，晚餐后可自费参加藏羌歌舞晚会，晚上住九龙宾馆。21日早餐后乘车前往松潘县境内的黄龙风景区，游览3小时后乘车前往松潘，晚上入住松潘县太阳河国际大酒店。22日早餐后乘车返回成都，21:00乘国航CA1426返回北京，结束愉快旅程。

各服务单位的价格如下：成都芙蓉丽庭大酒店普标200元/间，九龙宾馆180元/间，松潘县太阳河国际大酒店入住普标180元/间，餐标均为20元/人，酒店均含双早。九寨沟门票220元/人，黄龙门票200元/人，九寨沟观光车90元/人，黄龙索道130元/人。藏羌歌舞晚会180元/人，沟内自助餐40元/人。成都到九寨沟包28座金龙车4天的租金共为4 000元。28座金龙车接机1次500元。

(1) 代表四川康辉接待计调员为25位游客设计旅游行程。

(2) 代表四川康辉接待计调员对接待北京国际旅行社游客进行内部计价(以每人为单位计价)。

(3) 代表四川康辉接待计调员对北京国际旅行社进行地接报价(以每人为单位报价)。



项目3 国内组团计调实务

项目概述

本项目主要介绍国内组团计调员应掌握的基础知识、主要业务及工作流程。首先，介绍国内组团计调员应该掌握的基础知识。其次，阐述省外旅游线路的设计与开发、定价与报价方法及各项旅游服务的采购方法。最后，详细地分析国内组团计调的整个工作流程。本项目分为4项任务，每项任务都按照“任务导入→任务分析→任务实训→任务完成”组织安排。

知识目标

1. 了解国内组团计调在交通、旅游区划等方面的基础知识。
2. 熟悉省外旅游线路的开发及报价的方法。
3. 明确各项旅游服务的采购方法，掌握国内组团计调的工作流程。

能力目标

1. 能够独立地设计省外旅游线路，并对设计的旅游线路进行定价和报价。
2. 能够及时采购各种旅游服务，能够在旅行社胜任组团计调工作。



任务 3.1　国内组团计调基础知识

【任务导入】

▶ 案例介绍

成都某公司 11 人独立成团赴张家界、长沙、福州、厦门旅游，行程共 7 天，游览线路是“成都—厦门—鼓浪屿—福州—长沙—张家界—成都”。在 7 天行程中，成都—厦门、福州—长沙、张家界—成都需要乘坐飞机。厦门专线部的计调员已经为游客重新设计了旅游线路，向对方确认行程并根据行程进行了报价。但是，当他们给游客出机票时才发现有两个航班都没有，无法出票。原因是这两个航班中有一个航班是每周的周一、周三、周五、周日才有，行程中的这一天正好是周二，另一个航班是每周的周三、周六才有，而行程中的这一天正好是周四。此时，计调员才重新给游客打电话、订航班、修改出发日期、报价，但是游客认为这家旅行社做事太不负责任，于是取消了与该旅行社的合作，选择了另外一家旅行社。

▶ 问题

旅行社的损失该由谁承担责任？组团社计调员今后在工作中应该吸取哪些教训？

▶ 案例解析

在本案例中，旅行社的损失应该由计调员来承担。因为国内组团计调员很重要的一项工作就是熟悉各种大交通工具的基础知识，准确地为游客提供大交通服务。在本案例中购买的 3 段机票，两段机票都出了问题，说明计调员的工作责任心不强，没有认真核对机票信息，最终导致游客不信任旅行社，取消合作。国内组团计调员今后一定要吸取教训，对工作认真负责，每次要仔细核对航班信息，使航班信息与行程安排相吻合，让游客能够顺利出行。

【任务分析】

国内组团计调员只有掌握了城市间大交通的基本知识，省外各城市主要旅游景点、旅游线路、旅游交通等知识后，才能更好地为游客设计更实用、更合理的旅游线路。

3.1.1　大交通基础知识

国内组团计调员在为游客选择交通工具时，主要是选择飞机和火车两种交通工具，所以国内组团计调员必须掌握飞机和火车的相关知识。



1. 航空知识

(1) 航班、班次。

民航运输飞行主要有 3 种形式：班期飞行、加班飞行和包机飞行。其中，班期飞行是按照班期时刻表和规定的航线，定机型、定日期、定时刻飞行；加班飞行是根据临时需要，在班期飞行以外增加的飞行；包机飞行则是按照包机单位的要求，在现有航线上或以外进行的专用飞行。此外，还有不定期航班飞行与季节性航班飞行。

航班分为定期航班和不定期航班。在国际航线上飞行的航班称国际航班，在国内航线上飞行的航班称国内航班。航班又分为去程航班和回程航班。为了方便，每个航班均编有航班号。中国国内航班的航班号由执行航班任务的航空公司二位代码和 4 个阿拉伯数字组成，其中第一位数字表示执行该航班任务的航空公司或所属管理局；第二位数字表示该航班终点站所属的管理局；第三、四位数字表示班次，即该航班的具体编号，其中第四位数字若为奇数，则表示该航班为去程航班，若为偶数，则为回程航班。掌握中国民航局所属 9 个管理局(或航空公司)的代码，就可知道航班是怎样编排的了。1 为北京局，2 为西安局，3 为广州局，4 为成都局，5 为上海局，6 为沈阳局，7 为太原局，8 为厦门局，9 为新疆局。例如，以 6503/04 航班为例，“6”表示是沈阳管理局的飞机，“5”是指飞往上海，“03”是飞往上海不同时间航线的序号，“04”是本次航班的回程编号，详见表 3–1。

表 3–1　我国国内航空公司二位代码及民航管理局

航空公司名称	简称	二位代码	所属管理局	民航管理局代码	航站所在地
中国国际航空公司	国航	CA	华北管理局	1	北京
中国西北航空公司	西北航	WH	西北管理局	2	西安
	东航	MU	西北管理局	2	上海
中国南方航空公司	南航	CZ	广州管理局	3	广州
深圳航空公司	深航	ZH	广州管理局	借用新航 9	深圳
中国西南航空 公司	西南航	SZ	西南管理局	4	成都
	国航	CA	西南管理局	4	成都
四川航空公司	川航	3U	西南管理局	借用厦航 8	成都
云南航空公司	云航	3Q	西南管理局	5	昆明
	东航	MU	西南管理局	5	昆明
中国东方航空公司	东航	MU	华东管理局	5	上海
上海航空公司	上航	FM	华东管理局	借用新航 9	上海
山东航空公司	山航	SC	华东管理局	借用国航 1、4	济南

续表

航空公司名称	简称	二位代码	所属管理局	民航管理局代码	航站所在地
中国北方航空公司	北航	CJ	北方管理局	6	沈阳
	南航	CZ	北方管理局	6	沈阳
中国通用航空公司	通用	GP	华北管理局	7	太原
海南航空公司	海航	HU	华北管理局	7	海口
厦门航空公司	厦航	MF	华东管理局	8	厦门
新疆航空公司	新航	XO	西北管理局	9	乌鲁木齐
上海春秋航空公司	春秋	9C	华东管理局	8	上海

班次是指在单位时间内(通常用一个星期计算)飞行的航班数(包括去程航班与回程航班)，它是根据往返量需求与运能来确定的。

(2) 电子客票。

电子客票的票款包括票面价格和机场建设费两个部分。票面价格是指出发机场至到达机场的价格。例如，成都双流国际机场到上海浦东国际机场经济舱全票为 1 610 元，若有折扣，票面价格按四舍五入进行计算。机场建设费一般情况下是 50 元，有些小飞机是 10 元。婴儿票和儿童票没有机场建设费。

(3) 乘机时间要求。

计调员要熟悉各个城市机场的情况及机场距离市中心的距离(表 3-2)，便于游客提前到达机场，避免误机。乘坐国内航班的旅客应在客票上列明的航班规定时间前 90 分钟到达指定机场，凭客票及本人有效身份证件办理乘机手续。航班规定离站前 30 分钟停止办理乘机手续。旅客没有按规定的时间到达指定机场，或携带的护照、签证及旅行证件不符合规定，未能办妥乘机和出境等各类手续而引起的一切损失和责任由旅客自负。

表 3-2 国内各城市机场的名称及距离市中心的距离

城市	机场名称	距离市中心的距离	城市	机场名称	距离市中心的距离
北京	首都国际机场	(天安门)25.4 千米	上海	虹桥国际机场	13.5 千米
上海	浦东国际机场	65 千米	天津	滨海国际机场	13.3 千米
太原	武宿机场	(五一广场)13.8 千米	呼和浩特	白塔机场	(火车站)14.3 千米
沈阳	桃仙国际机场	18.5 千米	大连	周水子国际机场	9.5 千米
长春	大房身机场	10 千米	哈尔滨	太平国际机场	33 千米



续表

城市	机场名称	距离市中心的距离	城市	机场名称	距离市中心的距离
齐齐哈尔	三家子机场	13 千米	佳木斯	东郊机场	(松花江铁路桥)13 千米
厦门	高崎国际机场	11 千米	福州	长乐国际机场	47.5 千米
杭州	萧山国际机场	27 千米	合肥	骆岗机场	9.6 千米
宁波	栎社机场	11 千米	南京	禄口国际机场	35.8 千米
广州	白云国际机场	6 千米	深圳	宝安国际机场	32.5 千米
长沙	黄花机场	24.4 千米	海口	美亚机场	26 千米
武汉	天河机场	(长江大桥)26 千米	济南	遥墙机场	(西门桥)28.5 千米
青岛	流亭机场	23 千米	南宁	吴墟机场	27.5 千米
三亚	凤凰国际机场	13.5 千米	重庆	江北国际机场	19 千米
成都	双流国际机场	17 千米	昆明	巫家坝国际机场	6.6 千米
桂林	两江国际机场	35 千米	西安	咸阳国际机场	(钟楼)16.8 千米
兰州	中川机场	74.5 千米	贵阳	龙洞堡机场	10 千米
拉萨	贡嘎机场	90 千米	乌鲁木齐	地窝堡机场	16.8 千米
南昌	向塘机场	25 千米	郑州	新郑机场	35 千米

(资料来源：孙娈，2011. 旅行社计调业务 [M]. 上海：上海交通大学出版社 .)

(4) 安全检查。

安全检查事关旅客的人身安全，旅客必须无一例外地经过检查后，才允许登机。也就是说，安全检查不存在任何特殊的免检对象。所有外交人员、政府首脑和普通旅客，不分男女和国籍，都必须经过安全检查。

(5) 随身携带物品及行李。

随身携带物品是指经航空公司同意由旅客自行携带乘机的零星小件物品。国内航班随身携带物品的质量，每位旅客以 5 千克为限。持头等舱客票的旅客，每人可随身携带两件物品；持公务舱或经济舱票的旅客，每人只能携带一件物品。每件随身携带物品的体积均不得超过 20 厘米 ×40 厘米 ×55 厘米。超过规定件数、质量或体积限制的物品，应作为托运行李托运。

国内航班，持成人票或儿童票的旅客，每人免费行李额(包括托运和自理行李)为：头等舱 40 千克，公务舱 30 千克，经济舱 20 千克，持婴儿票的旅客无免费行李额。



相关链接 3–1

航空常识

(1) 机型。国内一般使用 4 种机型：波音(B)居多，欧产空客(A)、麦道(MD)次之，运7(Y–7)用于支线。

(2) 机位(座)。B737–200 120 座；B737–300 145 座；B737–500 150 座；B747(双层)–340 400 座，分头等舱、公务舱、经济舱；B757 198 座；B767 246 座；B777 380 座；国内使用的空客 A320 150 座；MD–82、MD–90 168 座；Y7 40 座。

(3) 飞机餐(配餐)。飞行超过两个小时有正餐(指米饭)；配餐只有点心；特殊旅客有特餐。

2. 铁路知识

(1) 旅客列车的种类及代码含义。

计调员在操作过程中，要对火车的情况有所了解，包括列车的车次、运行时间、抵/离时间等，实际上火车的车次包含很多信息。例如，北京出发的华东团，首站是南京，从北京去南京选择 T65 次列车，T 代表什么意思呢？快车还是慢车？有无空调？其实从火车的代码上就能知道这些信息。火车车次的首字母代码是旅客列车车次的一种等级编号，常见的有 G、C、D、T、K、Z、N、L、A、Y 等，见表 3–3。

表 3–3　旅客列车的种类及代码含义

字母类型	列车种类	备注
G 字头列车	高速动车	2009 年 12 月 26 日，武广高速铁路正式对公众运行，新启用车次为 G+4 位数字，意思为高速动车(G 字头)，最高时速可达 350 千米
C 字头列车	城际列车	2008 年 8 月 1 日，京津城际铁路正式对公众运行，新启用车次为 C+4 位数字，意思为城际列车，最高时速可达 350 千米
D 字头列车	动车组列车	以 CRH1、CRH2、CRH5 型为主，最高时速可达 250 千米，其中广深线全线使用此类车
Z 字头列车	直达特快旅客列车	直达特别快速旅客列车，简称直特，字母 Z 是“直”字的汉语拼音首字母。这样的列车在行程中一站不停或者经停必须站但不办理客运业务，全部都是空调列车，这类列车是 2004 年 4 月 18 日铁路第五次提速后才出现的
T 字头列车	特快旅客列车	特快旅客列车，简称特快，字母 T 是“特”字汉语拼音的首字母，最高时速 140 千米，全部都是空调列车
K 字头列车	快速旅客列车	快速旅客列车，简称快速，字母 K 是“快”字汉语拼音的首字母，最高时速 120 千米



续表

字母类型	列车种类	备注
1001 ～ 5998 列车	普通旅客快车	普通旅客快车(1001 ～ 5998)，停靠县级市和大部分县级中大站点。此类列车大约 40% 为空调列车
6001 ～ 7598 列车	普通旅客慢车	普通旅客慢车(6001 ～ 7598)，停靠大部分可以停靠的站点。由于票价低廉，列车基本上“站站停”，很受低收入乘客喜爱
7601 ～ 8998 列车	通勤列车	通勤列车(7601 ～ 8998)，此类列车通常用于铁路职工和周边居民上下班，列车“站站停”，铁路职工凭证免费乘坐
L 字头列车	临时旅客快车	临时旅客快车，此类列车一般在春运、暑运、国庆长假等期间开行，跨局临客列车一般没有空调
Y 字头列车	临时旅游列车	旅游季节增开，一般都由各大旅行社开展主题旅游活动，租用铁路部门的车体开行

(2) 车次的编排。

车次的编制和上行、下行有关。进京方向或是从支线到干线被称为上行列车；反之，离京方向或是从干线到支线被称为下行列车。上行的列车车次为偶数(双数)，下行的列车车次为奇数(单数)。例如，T17 次是从北京开往沈阳北方向，为下行，所以是奇数(单数)的；它的回头车 T18 次是从沈阳北开往北京方向，为上行，所以是偶数(双数)的。另外，还有的车在运行途中会因为线路上下行的改变而改变车次。例如，K388/385 次、K386/387 次，是运行沈阳北到成都区间内的，从沈阳北始发是开往北京的，所以上行，车次为 K388 次；车经停天津以后开始向离京方向行驶，改为下行，所以车次同时改为 K385 次。从成都向沈阳北开的时候也是一样，在到天津前是上行，所以车次是 K386 次；经停天津后改下行，所以车次为 K387 次。同时在改车次前后的区间内，车次自成一对。例如，沈阳北到天津区间车次是上行 K388，下行 K387。

列车的卧铺和硬座编组也与上行、下行有关。例如，往北京方向开，卧铺基本在前面，硬座在后面；反之，返回的时候，就变成硬座在前，卧铺在后。又如，南昌—上海的 K288 次，往上海方向为上行，卧铺在前，硬座在后。

(3) 车票。

自 2012 年 1 月 1 日起，所有旅客列车都实行实名制购票验票乘车制度。旅客购票均须凭本人有效身份证件，并持车票及购票时所使用的乘车人本人有效身份证件原件(免费乘车的儿童及持儿童票乘车的儿童除外)进站、乘车。车票票面应载明以下内容：发站站名、到站站名、座别、卧别、径路、票价、车次、乘车日期、有效期。

随同成人旅行身高 1.2 ～ 1.5 米的儿童，享受半价客票、加快票和空调票(简称“儿童票”)，身高超过 1.5 米时应购买全价票。每一位成人旅客可免费携带一名身高不足 1.2 米



的儿童。超过一名时，超过的人数应购买儿童票。儿童票的座别应与成人车票相同，其到站不得远于成人车票的到站。身高不足1.2米的儿童单独使用卧铺时，应购买全价卧铺票，有空调时还应购买半价空调票。

(4) 选择火车车次。

计调员在制定线路时，在交通工具的选择及车次的把握上要多思考。以火车车次为例，通行城市之间往往有多班车次可供选择，有早上的、中午的、下午的、晚上的，有硬座的、硬卧的、软卧的。计调员可根据具体行程来安排。例如，短线团队时间比较紧张，一般安排一天内完成行程，就可以安排早上坐火车抵达、下午返回的方式，这样比较节省团费，同时行程不会很累。计调员具体选择火车车次的时候，需要按照具体团队的计划安排，切不可随意指定。

3.1.2 中国旅游区划知识

中国旅游区划是一项涉及面广、细致而复杂、科研性很强的工作。据不完全统计，有关中国旅游区划的方案目前已有十多种。本书的中国旅游区划方案采用了罗兹柏教授的旅游大区、旅游亚区、游览区三级描述体系，即把中国旅游区划分为8个旅游大区、31个旅游亚区和73个游览区。

旅游大区为本区划的一级区，跨越两个至多个省级行政区域，地理上集中连片，自然条件相近，社会经济环境和历史文化相似，旅游资源具有共性特征，区内各省区可加强横向联系，协调发展区域旅游。旅游亚区为本区划的二级区，大体上以完整的省级行政区单元为其地域范围，一般情况下不打破省区界线，以便于各省区能充分发挥其综合性管理职能，有针对性地进行区域旅游业发展的统一规划和有效管理。游览区主要处于旅游亚区之下，将相对邻近的旅游点分区划片，便于叙述和设计旅游线路的旅游点组合概念。三级旅游区是开发建设旅游点与旅游地，组织、管理、协调旅游活动的相对独立的地域单元，也是旅游区划体系中最基本的地域单位。

1. 中原(华北)旅游大区——京都古迹·名山海景

中原(华北)旅游大区位于我国黄河中下游，居于我国北部中枢地区，范围包括北京、天津两个直辖市和河北、山西、山东、河南、陕西五个省。这里是我国古文化的发祥地，以北京和西安等古都为代表，是我国人文旅游资源种类最多、数量最丰富、分布最集中、质量最高的旅游区；历史文化遗迹与名山海景浑然一体，也是我国以人文景观(如北京故宫博物院，见图3.1)为主体并具备多种旅游资源的旅游大区。

中原(华北)旅游大区平原广阔，交通发达，城市众多，是首都所在地，区位优势突出，是我国旅游业发展的核心区域。中原(华北)旅游大区的情况见表3-4。





图 3.1　北京故宫博物院

表 3-4　中原(华北)旅游大区情况一览表

旅游大区	旅游亚区	主要景区	主要旅游线
中原(华北)旅游大区——京都古迹・名山海景	京津旅游亚区	天安门、故宫、天坛公园、北海公园、雍和宫、颐和园、中华民族园、卢沟桥、鸟巢、水立方	1. 中原旅游线 2. 山西旅游线 3. 鲁中、胶东旅游线 4. 京津冀旅游线 5. 陕西旅游线
		八达岭长城、明十三陵、周口店北京猿人遗址、十渡	
		水上公园、独乐寺、盘山三胜、大沽口炮台	
	河北旅游亚区	承德避暑山庄、外八庙、秦皇岛北戴河海滨、山海关、赵州石桥、苍岩山、清东陵、响堂山石窟	
	山东旅游亚区	泰山、岱庙、大明湖、趵突泉、孔庙	
		蓬莱仙岛、崂山、八大关	
	山西旅游亚区	云冈石窟、晋祠、悬空寺、五台山、恒山	
		临汾尧庙和尧陵、侯马晋国遗址、司马光墓、黄河壶口瀑布	
	河南旅游亚区	大相国寺、殷墟、安阳文峰塔、禹王台	
		龙门石窟、嵩阳书院、嵩山	
	陕西旅游亚区	华山、秦始皇陵及兵马俑坑、大雁塔	
		黄帝陵、宝塔山、王家坪革命旧址、榆林	



2. 江南(华东)旅游大区——名城佳园·秀山雨水

江南(华东)旅游大区位于东南沿海中部，行政范围包括上海、江苏、安徽、浙江、江西一个直辖市和四个省。本区地处长江下游，濒临黄海、东海，其中上海、江苏、浙江具有交通便捷、经济发达的特点。本区有苏州等地最具代表性的中国古典风景园林(苏州拙政园见图 3.2)，上海、南京等近代和古代历史文化名城与著名古都、名刹古寺等人文景观，有风景优美的黄山、庐山等名山景观和太湖、鄱阳湖、钱塘江等河湖水域景观，是一个自然山水风光和人文景观兼优，旅游资源最密集、类型最多的旅游区。



图 3.2　苏州拙政园

江南(华东)旅游大区的区位优势明显，也是我国旅游业发展的重要区域。江南(华东)旅游大区的情况见表 3-5。

表 3-5　江南(华东)旅游大区情况一览表

旅游大区	旅游亚区	主要景区	主要旅游线
江南(华东)旅游大区——名城佳园·秀山雨水	上海与长江三角洲旅游亚区	豫园、中国共产党第一次全国代表大会会址、外滩、淀山湖、大观园、上海世博园	1. 苏南旅游线 2. 浙皖旅游线 3. 浙东旅游线 4. 赣北旅游线
	江苏旅游亚区	沧浪亭、寒山寺、张公洞	
		中山陵、莫愁湖、蜀冈西峰	
		镇江云台山、孔望山、徐州云龙山、云龙湖	
	安徽旅游亚区	逍遥津公园、采石矶	
		黄山、九华山、齐云山	
	浙江旅游亚区	杭州西湖、杭州岳庙、绍兴大禹陵、莫干山、普陀山	
		雁荡山、楠溪江	
		富春江、千岛湖、灵栖洞、金华三洞	
	江西旅游亚区	庐山、滕王阁、石钟山、龙宫洞	
		井冈山、茨坪镇、茅坪镇	



3. 岭南(华南)旅游大区——南国风情·山海景观

岭南(华南)旅游大区位于我国南端，北回归线穿过广东的汕头等地，区域范围包括福建、广东和海南三省及港澳台地区。该区南邻南海、东靠东海，台湾位于我国东南海面上，东面濒临太平洋，是我国第一大岛，香港、澳门分别位于广东省珠江口东西两侧。本区气候暖湿，地形以山地、丘陵为主，海岸线漫长，具有典型的热带和南亚热带山海风光。

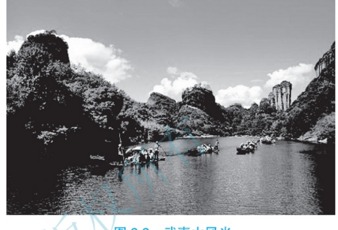


图 3.3　武夷山风光

本区动植物资源丰富，有武夷山(图 3.3)、鼎湖山等名山，民族风情独特；位居我国改革开放的前沿，经济发达，是海外游客的主要入境口岸区，旅游业发展优势突出。岭南(华南)旅游大区的情况见表 3-6。

表 3-6　岭南(华南)旅游大区情况一览表

旅游大区	旅游亚区	主要景区	主要旅游线
岭南(华南)旅游大区——南国风情·山海景观	福建旅游亚区	三山、鼓山、武夷山、金湖	1. 珠江三角洲旅游线 2. 海南旅游线 3. 闽南旅游线 4. 福州武夷山旅游线 5. 台湾宝岛旅游线 6. 港、澳旅游线
		鼓浪屿－万石山风景名胜区、清源山、南山广化寺	
	广东旅游亚区	肇庆七星岩和鼎湖山、六榕寺、深圳中国民俗文化村、从化温泉	
		罗浮山、阴那山、广济桥、妈屿岛	
		湖光岩、放鸡岛、湛江霞山海滨游泳场、湛江港	
	海南旅游亚区	东坡书院、马鞍岭古火山、五公祠、东寨港国家级自然保护区	
		天涯海角、鹿回头、大东海、亚龙湾	
	港、澳旅游亚区	香港宋城、太平山、香港海洋公园、香港太空馆、香港迪士尼	
		妈阁庙、卢廉若公园、东望洋山	
	台湾旅游亚区	阳明山国家公园、野柳风景区、台北乌来山林瀑布、艋舺龙山寺	
		日月潭、阿里山、玉山	
		赤崁楼、澎湖渔火、佛光山、关子岭	
		鲁阁幽峡、清水断崖、阿美文化村	



4. 华中旅游大区——山水峡谷·文化胜迹

华中旅游大区位于我国中部的长江中上游地区，以长江三峡为轴线，包括重庆、四川、湖北、湖南一个直辖市和三个省，是全国唯一既不靠海又无陆地国境线的旅游区。九寨沟风光如图3.4所示。



图3.4 九寨沟风光

本区内河湖胜景众多，名山峡谷特色鲜明，文化古迹丰富多彩，自然保护区原始独特，大型水利工程举世闻名，是我国旅游资源开发的主要地区，旅游业发展潜力巨大。华中旅游大区的情况见表3-7。

表3-7 华中旅游大区情况一览表

<table>
<tr><th>旅游大区</th><th>旅游亚区</th><th>主要景区</th><th>主要旅游线</th></tr>
<tr><td rowspan="10">华中旅游大区——山水峡谷·文化胜迹</td><td rowspan="2">重庆与长江三峡旅游亚区</td><td>红岩革命纪念馆、大足石刻、缙云山</td><td rowspan="10">1. 长江三峡旅游线
2. 湖北三国旅游线
3. 湘东旅游线
4. 湘西北旅游线
5. 川北蜀汉遗迹旅游线
6. 川南旅游线
7. 九寨黄龙旅游线</td></tr>
<tr><td>丰都鬼城、忠县石宝寨、云阳张飞庙、奉节白帝城、瞿塘峡、巫峡、西陵峡</td></tr>
<tr><td rowspan="3">四川旅游亚区</td><td>武侯祠、杜甫草堂、都江堰、青城山、剑门关</td></tr>
<tr><td>九寨沟、黄龙景区、峨眉山、乐山大佛、卧龙国家级自然保护区</td></tr>
<tr><td>自贡恐龙博物馆、自贡市盐业历史博物馆、张大千博物馆、蜀南竹海、兴文石海</td></tr>
<tr><td rowspan="3">湖北旅游亚区</td><td>葛洲坝水电站、屈原故里、昭君故里、神农架林区</td></tr>
<tr><td>黄鹤楼、武汉东湖风景区、赤壁</td></tr>
<tr><td>古隆中、武当山</td></tr>
<tr><td rowspan="2">湖南旅游亚区</td><td>岳阳楼洞庭湖风景名胜区、岳麓书院、爱晚亭、韶山、衡山、桃花源风景名胜区</td></tr>
</table>



5. 西南旅游大区——岩溶山水·民族风情

西南旅游大区位于我国西南部、青藏高原东侧，包括广西壮族自治区和贵州、云南两省。区内岩溶景观发育典型(桂林七星岩见图 3.5)，分布广泛；热带亚热带高山高原及峡谷风光独特，动植物资源极为丰富；少数民族众多，民族风情浓郁；旅游资源丰富多彩，特色突出，是我国旅游业发展较重要的一个区域。



图 3.5　桂林七星岩

随着交通条件的进一步改善，本区凭借其沿海沿边的区位优势和独特的旅游资源优势，旅游业必将进一步腾飞。西南旅游大区的情况见表 3–8。

表 3–8　西南旅游大区情况一览表

旅游大区	旅游亚区	主要景区	主要旅游线
西南旅游大区——岩溶山水·民族风情	广西壮族自治区旅游亚区	叠彩山、象鼻山、独秀峰、桂林七星岩、芦笛岩、鱼峰山、柳侯祠、都乐岩风景区、大龙潭风景区、花坪自然保护区、灵渠、程阳永济桥	1. 柳州 – 桂林旅游线 2. 贵北旅游线 3. 滇南旅游线
		阳朔、漓江、桂平	
		南宁南湖公园、伊岭岩、灵水风景区、左江花山	
	贵州旅游亚区	黔灵山公园、甲秀楼、红枫湖景区、地下公园、黄果树瀑布、安顺文庙、马岭河峡谷	
		凯里、荔波樟江风景名胜区、九江仙人洞、黄平飞云崖、镇远青龙洞	
		遵义会议会址、桃溪寺、娄山关溶洞、仁怀三温泉、习水石林、梵净山、赤水风景名胜区	
	云南旅游亚区	滇池、西山风景区、大观楼、昆明金殿名胜区、筇竹寺、昆明黑龙潭、宜良九乡风景区、建水风景区、路南石林、安宁温泉风景区、抚仙湖风景区	
		西双版纳、腾冲火山群、崇圣寺三塔、苍山、洱海、蝴蝶泉、瑞丽江 – 大盈江风景名胜区	



6. 青藏高原旅游大区——世界屋脊·雪域藏乡

青藏高原旅游大区位于我国西南部的青藏高原，号称“世界屋脊”，包括青海省和西藏自治区。高原上独特的冰雪世界、高寒草原、湖泊热泉(青海湖见图 3.6)，以及高原、高山峡谷与原始森林等构成了本区奇异诱人的自然旅游资源；而具有原始色彩的藏族风情、宗教文化与礼制建筑又构成了本区神秘莫测的人文旅游资源。



图 3.6　青海湖

本区在登高探险、科学考察、民族风情旅游开发方面独具优势，是一个极富魅力、发展前景广阔的正在开发中的旅游区。青藏高原旅游大区的情况见表 3–9。

表 3–9　青藏高原旅游大区情况一览表

旅游大区	旅游亚区	主要景区	主要旅游线
青藏高原旅游大区——世界屋脊·雪域藏乡	西藏自治区旅游亚区	布达拉宫、大昭寺	1. 藏南旅游线 2. 塔尔寺－青海湖旅游线
		日喀则	
	青海旅游亚区	东关清真大寺、北禅寺、西宁塔尔寺、青海湖	
		察尔汗盐湖、万丈盐桥、南八仙雅丹地貌、大柴旦温泉	

7. 西北旅游大区——丝路古迹·边塞风情

西北旅游大区位于我国西北部，包括甘肃省和新疆维吾尔自治区、内蒙古自治区、宁夏回族自治区。本区位于欧亚大陆中部，深居内陆，距海遥远，面积广大，资源丰富，属内陆型旅游区。本区广阔的沙漠戈壁(甘肃鸣沙山见图 3.7)与其间的绿洲、坦荡的草原与雪山和森林构成了层次分明的自然景观；以维吾尔族、蒙古族为代表的民族风情异彩纷呈。

这里更是我国古代“丝绸之路”的要道，历史文化古老独特，拥有丰富多彩的“丝路”古迹和民族历史文化胜迹，石窟艺术世界闻名。因此，本区也是颇具特色、开发前景广阔的旅游区。西北旅游大区的详细情况见表 3–10。





图 3.7　甘肃鸣沙山

表 3–10　西北旅游大区情况一览表

旅游大区	旅游亚区	主要景区	主要旅游线
西北旅游大区——丝路古迹·边塞风情	甘肃旅游亚区	敦煌莫高窟、嘉峪关、鸣沙山和月牙泉、玉门关和阳关	1. 丝路古迹旅游线 2. 边塞风情旅游线
		兴隆山、马衔山、崆峒山	
		麦积山石窟、拉卜楞寺	
	新疆维吾尔自治区旅游亚区	新疆维吾尔自治区博物馆、红山、鉴湖、天山天池、葡萄沟、高昌故城	
		阿尔泰山、喀纳斯湖	
		艾提尕尔清真寺、楼兰故城遗址、和田、罗布泊	
	内蒙古自治区与宁夏回族自治区旅游亚区	昭君墓、大召寺、成吉思汗陵、美岱召	
		呼伦湖、扎兰屯市、阿尔山温泉	
		西夏王陵、海宝塔	

8. 东北旅游大区

东北旅游大区位于我国东北部，是我国纬度最高的旅游区，范围包括辽宁、吉林和黑龙江三省，北、东两面分别以黑龙江、乌苏里江与俄罗斯，以图们江、鸭绿江与朝鲜隔江相望，南面濒临黄海与渤海，地理位置独特。这里沃野千里，交通相对便利，气候湿润，物产丰富。长白山天池如图 3.8 所示。





图 3.8　长白山天池

本区森林广阔，夏凉冬寒的气候，以及滨海风光、山川湖泊、火山奇景、极光与极昼现象等，构成了以北国风光为特色的自然旅游资源；以清代前期满族文化遗存为代表的历史文物及以满族、朝鲜族、鄂伦春族、赫哲族等为代表的少数民族风情，构成了本区别具风采的人文旅游资源。东北旅游大区的情况见表 3–11。

表 3–11　东北旅游大区情况一览表

旅游大区	旅游亚区	主要景区	主要旅游线
东北旅游大区——冰城雪野·林海火山	辽宁旅游亚区	旅顺口、金石滩、大连蛇岛、千山风景名胜区、沈阳故宫、清昭陵、本溪水洞、凤凰山	1. 辽东旅游环线 2. 辽西旅游环线 3. 长春–吉林旅游线 4. 长白山旅游线 5. 黑龙江省南部旅游线
		医巫闾山、北镇庙、兴城	
	吉林旅游亚区	伪满八大部、净月潭国家森林公园、伊通火山群、北山公园、松花湖风景名胜区、吉林树挂	
		长白山天池、长白山瀑布、长白山自然保护区	
	黑龙江旅游亚区	哈尔滨冰雪大世界、太阳岛、斯大林公园、东北烈士纪念馆	
		五大连池火山群、药泉山、扎龙国家级自然保护区	
		镜泊湖风景区	

3.1.3　外省地图知识

国内组团计调员要掌握一些全国政区图，明确各个主要城市的地理位置，掌握各省政区图、交通分布图、旅游资源分布图、景区导游图，便于了解各省交通、旅游景区的分布情况。在给游客制定旅游行程时，使用政区图和交通类地图有助于了解各个景点之间的空间方位，使制定的行程更加合理。在给游客介绍游览线路时，学会使用线路图可以使游客对整个旅游活动的走向有清楚的认识。在给游客介绍旅游景点时，使用景区导游图便于游



客知道该景区景点的分布情况。在行程表中最好附上旅游交通图、景区导游图，这样便于游客对整个旅游活动要经过的地方有一个清楚的了解。

3.1.4　身份证知识

居民身份证是国家法定的证明公民个人身份的证件。在旅行社给旅游者订机票、办签证、购买旅游意外险、办理入住宾馆手续时，都需要旅游者的身份证。身份证号还能向我们透露很多信息，如旅游者的原籍、年龄、生日、性别，由此我们可以推断旅游者的部分需求。例如，从身份证上可以看出是老年人还是年轻人，老年人行程不要太紧凑，要特别叮嘱其注意安全等；还可以看出旅游者的生日，如果在旅游当天是旅游者的生日，旅行社还可以赠送旅游者一份生日礼品，让旅游者获得意外的惊喜。

1. 居民身份证编号识别

身份证编码规则如下：根据中华人民共和国国家标准 GB 11643—1999《公民身份号码》中有关公民身份号码的规定，公民身份号码是特征组合码，由 17 位数字本体码和 1 位数字校验码组成。排列顺序从左至右依次为：6 位数字地址码 +8 位数字出生日期码 +3 位数字顺序码 +1 位数字校验码。

① 地址码(身份证号前 6 位)，表示编码对象第一次申领居民身份证时的常住户口所在县(市、旗、区)的行政区划代码。第一位和第二位为省、自治区、直辖市代码；第三位和第四位为地级市、省、自治州代码；第五位和第六位为县、县级市、区代码。例如，身份证号 43018119××××××××××，其中 43 代表湖南省，01 代表长沙市，81 代表浏阳市(县级市)。中华人民共和国行政区划代码见表 3-12。

表 3-12　中华人民共和国行政区划代码

省、市名称	代码	省、市名称	代码	省、市名称	代码
北京市	11	福建省	35	云南省	53
天津市	12	江西省	36	西藏自治区	54
河北省	13	山东省	37	陕西省	61
山西省	14	河南省	41	甘肃省	62
内蒙古自治区	15	湖北省	42	青海省	63
辽宁省	21	湖南省	43	宁夏回族自治区	64
吉林省	22	广东省	44	新疆维吾尔自治区	65
黑龙江省	23	广西壮族自治区	45	台湾地区	71
上海市	31	海南省	46	香港特别行政区	81
江苏省	32	重庆市	50	澳门特别行政区	91
浙江省	33	四川省	51		
安徽省	34	贵州省	52		

② 出生日期码(身份证号第7～14位)，表示编码对象的出生年、月、日，其中年份用4位数字表示，年、月、日之间不用分隔符。例如，1981年05月11日就用19810511表示。

③ 顺序码(身份证号第15～17位)，是县、区级政府所辖派出所的分配码，每个派出所分配码为10个连续号码，如“000～009”或“060～069”，其中单数为男性分配码，双数为女性分配码，如遇同年同月同日有两人以上时顺延第二、第三、第四、第五个分配码。例如，007的就是个男生，而且和他同年月日生的男生至少有两个，他们的后四位是001×和003×。

④ 校验码(身份证号最后1位)，是根据前面17位数字码，按照ISO 7064：1983.MOD11–2校验码计算出来的检验码，主要是为了校验计算机输入居民身份证号码的前17位数字是否正确，其取值范围是0～10，当值等于10时，用罗马数字符X表示。校验码为“X”不能更换，并且我国的计算机应用系统也不承认19位的身份证号码。

2. 居民身份证有效期限与持证人年龄、签发日期的关系

居民身份证的有效期限分为10年、20年、长期3种。16～25周岁的，发给有效期为10年的居民身份证；26～45周岁的，发给有效期为20年的居民身份证；46周岁以上的，发给长期有效的居民身份证。证件有效期限从签发之日起计算。例如，某人1949年9月20日出生，1984年35周岁时申领居民身份证，签发日期为1984年12月31日，他属于26～45周岁这一年龄段，证件有效期限属于20年这一档，到2004年12月30日有效期满。查验或检查时，应对照检查证件有效期限与持证人年龄、签发日期三者之间的关系。

【任务实训】

绘制外省旅游景点分布图

▶ 实训目的

了解外省旅游资源的分布情况。

▶ 实训内容

在全国任选一个省，绘制该省主要城市和旅游景点的分布图。

▶ 实训步骤

第一步：每一位学生自选一个省作为实训对象。
第二步：学生在网上收集各省政区图、旅游交通图、旅游资源分布图。
第三步：学生绘制该省的政区图，然后在图上标出该省的主要城市、著名旅游景点。

▶ 实训成果

每一位学生提交一份外省旅游景点分布图。



【任务完成】

通过对本任务的学习，学生明确了国内组团计调员应掌握的城市间大交通工具的基础知识，熟悉了中国旅游区划的基础知识。通过实训，学生能够独立绘制各省政区图、旅游交通图、旅游景点分布图。

任务 3.2　外省旅游线路的开发与报价

【任务导入】

▶ 案例介绍

在一家电子产品公司打工的小马终于结束了长达 7 年的爱情长跑。近日，他和女友将走进婚姻的殿堂。在安排婚礼的余暇，小马开始四处搜罗报纸上的旅游分类广告和旅行社线路报价单，为蜜月旅游做准备。然而，资料收集得越多，小马越迷惑："众多旅行社在线路安排上都是千篇一律，不是海南就是云南，选择一个有新意又浪漫的蜜月游怎么这么难？"

其实，有这样困惑的人并不止小马一个。不少游客反映，目前市场上可供选择的新线、新景实在太少，人们能看到的还是那些"流行"多年的老线、热线。随便翻翻分类旅游广告和旅行社的线路单，人们不难发现，如今的中长出游线路基本上都被海南、桂林、九寨沟、张家界、贵州黄果树等这样的传统经典热线长期占据着。

面对这种情况，一方面，旅行社感慨现在竞争激烈、生意难做、微利生存；另一方面，许多游客抱怨旅游线路陈旧，自己心仪已久的一些旅游目的地在旅行社的"菜单"上难觅。面对差异不大的旅游产品，不少游客提出了这样的疑问：难道旅行社就不能创新，开发自己独特的产品吗？

▶ 问题

旅行社应该怎样开发适合游客需要的旅游线路？

▶ 案例解析

如果旅行社的旅游线路一成不变、千篇一律，就会使整个旅游产品缺乏新意，市场拓展受限。对此，旅行社应着重在线路开发上创新，使线路设计更富新意、个性化，形成自己的特色，以吸引更多的客户。

【任务分析】

外省旅游线路的开发与报价，是组团计调员十分重要的工作，组团计调员需要与游客、异地接待社共同协商开发出令游客满意的旅游线路，然后根据异地接待社的报价和大交通费用等情况向游客做出合理的报价。

3.2.1 外省旅游线路的开发

1. 外省旅游线路开发的类型

(1) 组团社直接采用异地接待社提供的旅游线路。

由于旅游目的地的地接社对本地的旅游资源、旅游设施更加熟悉，设计的旅游线路具有较强的操作性和实用性。目前，很多组团社就直接采用异地接待社已经设计好的旅游线路，组团社只根据游客的要求选择出发地到目的地的大交通工具，再确定回来的交通工具，旅游线路就基本上确定了。目前，很多组团社直接采用地接社设计的旅游线路。例如，四川海螺沟冰川(图 3.9)3 日游就是四川接待社设计的一条常规的旅游线路，很多组团社直接采用这条线路，即组团社设计的旅游线路 = 出发地到目的地的往返交通 + 四川接待社设计的线路。



图 3.9 四川海螺沟冰川

(2) 组团社适当修改异地接待社提供的旅游线路。

组团社对异地接待社提供的线路基本认可，然后根据游客的要求做一些小的改动，如增加一些旅游景点、减少一些购物项目、提高餐标或住宿标准等。例如，成都 A 旅行社组织游客到山西旅游，山西 B 旅行社提供了山西常规的 4 日游，但由于成都的游客在山西旅游期间有一天要进行调研，于是成都 A 旅行社就在山西常规 4 日游的基础上增加了一天的调研活动，把餐标每人每餐 15 元改为了每人每餐 30 元。

(3) 组团社重新设计旅游线路。

如果组团社对异地接待社提供的线路不满意，则重新设计旅游线路。异地接待社提供的一般是一些常规的、大众化的旅游线路。组团社的一些游客不满足于常规的线路，要求组团社根据游客的需求重新设计一些专题旅游线路。组团社就要认真研究游客的需求，与异地接待社一起共同开发能满足游客需求的旅游线路。例如，上海 A 旅行社组织游客到四川旅游，四川 B 旅行社为游客提供了九寨黄龙双飞 3 日游的常规行程。由于这批游客是摄影爱好者，他们在九寨黄龙主要是以摄影为主，对常规线路不感兴趣。上海 A 旅行社根据游客要求重新设计了旅游线路。

重新设计外线旅游线路的流程与异地接待社开发旅游线路是一样的，详见项目2的任务2.2。

2. 外省旅游线路的内容和格式

外省旅游线路的内容和格式与本省旅游线路的内容和格式一样，详见项目2的任务2.2。



相关链接 3–2

外省旅游线路开发范例：兵马俑、华清池、华山、市内双飞4日游

★行程特色

西安在历史上是一个让美恣意盛开的地方。在千年后，拂去历史的尘埃、重新掀开那些出土文物尘封的美丽……新年伊始，请跟随我们的团队，开始览史之旅吧！

★行程安排

行程	图片	住宿/用餐
第一天：成都—西安(飞机)。 自行按照指定时间前往成都双流机场集合，我社有专人为您办理登机手续，乘机前往古都西安(约1小时)，接团后乘车前往西安市区(约50分钟)，抵达后入住酒店休息。		住宿：西安。 用餐：无。
第二天：临潼—西安(35千米，约1小时车程)。 早餐后，参观位于骊山北麓的“世界第八大奇迹”——秦始皇帝陵博物院(参观约3小时)；游览唐玄宗与杨贵妃避暑的行宫及“西安事变”中蒋介石下榻的华清池(游览约70分钟，包括五间厅、贵妃汤)；参观秦始皇陵地宫。 购物店参考：玉器店(主营玉器，约40分钟，无强制性消费)。		住宿：华山或临潼。 用餐：早、午、晚餐。
第三天：西安—华山(280千米；约3小时车程)。 早餐后参观五岳当中以险著称的华山，乘景区进山车上山(40元/人自理)通过亚洲第一索道(150元/人自理)直达北峰顶。依次参观东、南、西、北、中5座山峰，武侠小说巨匠金庸先生笔下的“华山论剑”和神话小说中的“沉香劈山救母”的故事就发生在北峰和西峰，感受华山自古一条路和有惊无险的奇妙景象(参观5～6小时)。后乘车返回西安，入住酒店。为了保证有充足的时间游览华山，建议游客自带午餐。 购物店参考：华山碳语堂(主营竹碳工艺品，约40分钟，无强制性消费)。		住宿：西安。 用餐：早餐和晚餐。



续表

第四天：西安—成都(飞机) 早餐后，参观我国现保存最为完整的古代城垣建筑——明城墙，游览拥有“亚洲最大音乐喷泉、最大水景”的大雁塔北广场(游览时间约1小时)；漫步“西安中心”钟鼓楼广场及北院门小吃一条街(游览时间约1小时)，可自费品尝大米凉皮、荞面饸饹、灌汤包子等，晚乘机返回成都，结束愉快的旅程。 购物店参考：天石购物广场(主营水晶、土特产，讲解约30分钟，购物约10分钟)。	用餐：早餐和午餐
服务标准	1. 大交通：成都—西安往返机票含税。 2. 住　宿：挂牌三星酒店双人标准间。 3. 用　餐：3早4正餐(酒店自助早餐、正餐20元/人)。 4. 门　票：景点首道门票。 5. 导　游：我社专职持证中文导游。 6. 用　车：当地空调旅游车。 7. 购　物：全程3个店(参考店名：详见行程)。
包含门票	秦始皇帝陵博物院(兵马俑坑+秦始皇陵墓)、华清池、秦始皇陵地宫、明城墙、华山大门票。
特色推荐	小吃泡馍宴880元/桌起，德发长饺子宴118元/人起，华清池《长恨歌表演》258元/人起，仿唐歌舞198元/人起，大唐芙蓉园及水幕电影90元/人。
陕西特色	八大怪：面条像裤带、锅盔像锅盖、油泼辣子一道菜、帕帕头上戴、房子半边盖、姑娘不对外、板凳不坐蹲起来、秦腔不唱吼起来。 民　艺：唐乐舞荟萃历代歌舞所长，兼收西域众多少数民族歌舞之精粹，充分体现了盛唐时期百国朝贺、民族交融的鼎盛景象和风土人情。唐乐舞气势磅礴，场面壮观，动作舒展流畅，服饰华丽多姿，堪称历代歌舞之最。唐乐舞的兴盛正是盛唐时期国泰民安的真实写照。 小　吃：羊肉泡馍、肉夹馍、凉皮、蜂蜜凉粽子、粉蒸肉、各类面食、金线油塔、钱钱饭。 土特产：石榴、猕猴桃、核桃、狗头枣、柿饼、板栗、蓼花糖、黄桂稠酒、水晶柿子、剪纸、皮影、农民画、德懋恭水晶饼、仿兵马俑、冬青木烙花筷、面花、石子馍、秦腔脸谱、耀州瓷器、碑石拓片等。
备注说明	根据具体收客情况，参考航班(列车)可能会有调整。 儿童(12周岁/1.4米以下)只含机票、正餐半餐、旅游车及导游服务，住宿不占床，门票、列车票及其他费用自理。 服务标准中所列范围以外产生的费用由导游当地现收，服务标准内未发生的费用由导游当地现退。 行程中所进购物店时间约40分钟/景点，不强制消费，可根据游客要求适当延长购物时间。 如游客在行程进行中，在未通知旅行社或未协商一致的情况下擅自离团，将视为本旅游合同(包括所有综合旅游服务项目及保险责任)的自动终止，未产生的旅游项目费用均无法退还。 行程中费用不含园中园门票、游客购物、旅游意外险、游客自费项目等。 在不减少景点的前提下，我社可根据具体航班时间来调整游览顺序。 因自然灾害、天气变化等人力不可抗因素造成的损失或费用增加，由游客自行承担。

续表

投诉建议	游客投诉以在当地游客自行填写的意见单为主要依据，请务必真实填写。因虚假填写或不填意见单而产生的后续争议和投诉，我社概不受理。如在行程中对我们的服务及接待标准有异议，请在当地提出沟通解决；若当地解决不了可在当地备案，回程后协商解决；若游客在当地未明确提出意见，视为自行放弃权利，回程后我社不予受理投诉，多谢合作与支持！(投诉解决期限为团队返回后 10 天内)。
友情提示	1. 西北地区气候较为干燥，且雨水较少，注意每天补充适量水分。 2. 由于南北方气候及饮食习惯差异较大，请携带一些预防感冒及止腹泻药物备用。 3. 西安为国际性旅游大都市，人流量较大，成分较复杂，夜晚出行最好三五人结伴。 4. 西安是西北地区少数民族聚集地，请尊重民族信仰。 5. 游客品尝当地的特色菜、风味小吃，无疑是一种“饮食文化”的享受，但切忌暴饮暴食。 6. 西安地区内的出租车起步价为 8.5 元。
览史之旅——西安同业品牌专线 24 小时质量监督电话：蒋春梅 132××××××××　吴迪(女)189×××××××× 企业 QQ：×××××××××　传真：028-××××××××　联系人：吴迪　蒋春梅 联系电话：团队 028-××××××××　散客 028-××××××××	

(资料来源：成都京都旅行社。)

3.2.2　外省旅游线路的报价

1. 外省旅游线路价格构成

(1) 城市间大交通费。

城市间大交通费是指飞机、火车、轮船、内河及古运船和汽车客票价格，从目前来看，城市间大交通主要是以火车、飞机为主，距离较近的可以使用汽车。例如，成都到西安旅游，可以根据游客的情况选择飞机、火车、汽车等交通工具。重庆到上海可以选择飞机、火车、轮船等交通工具。

(2) 异地接待费。

异地接待费包括目的地交通费、住宿费、餐费、景点门票等。异地接待社根据接待的标准和人数，给组团社一个总的报价。如果是独立成团，一般要求异地接待社提供一份详细的分项报价。

(3) 全陪分摊费。

全陪分摊费是指国内组团社派出全陪全程陪同游客游览的所有费用。一般情况下是把全陪所用的费用分摊到每个游客头上，目前散客旅行社一般没有安排全陪，就可以节约这笔费用。独立成团，一般要安排全陪，就要计算全陪的费用。

(4) 市内接送费。

市内接送费是接送游客到机场(车站、码头等)的费用。对于散客来说，旅行社一般不安排接送，也就不存在这笔费用；对于团队来说，旅行社一般安排接送，在计价时就要加上这笔费用。

(5) 保险费。

旅游一定要购买保险，保险包括旅行社责任险和旅游意外险，旅行社责任险由组团社购买，旅游意外险由游客自己购买。

(6) 经营利润。

获取利润是旅行社的根本性质，组团社应根据旅游市场的情况确定适当的利润。

2. 组团计调报价流程

(1) 向接待部门询价。

① 向异地接待社询价。组团计调员应调阅资料库资料，同时向两家以上的异地接待社询价，包括房价、旅游汽车、内路交通、景点门票等，确认相对稳定的要素，如门票、中间段的火车票等有无调整，经常变化的旅游汽车的现行价格，确认地接的基本价格区间。国内团即使去 N 个省，因为熟悉情况，一般也会选择 N 个异地接待社，各地一个，可以降低成本。

② 向交通运输部门询价。旅游线路基本确定后，组团计调员应立即向航空公司、火车站询价，预订国内机票或火车票，使大交通基本有保障。交通费包括城市间大交通费和市内接送费。

(2) 组团计调内部计价。

组团计调内部计价是组团计调员根据异地接待社报价、城市间大交通费、市内接送费、全陪费、保险费等计算组团社总成本的过程。组团社的计价方式有两种：一是在异地接待社地接价基础上加上城市间大交通费、市内接送费、全陪费、保险费等进行计价；二是根据异地接待社提供的食、住、行、游等项目进行分项计价。

① 成本加总计价法。国内组团社计价 = 异地接待社报价 + 城市间大交通费 + 市内接送费 + 全陪费 + 保险费。

下面以范本 3-1 成都—五台山、平遥、乔家大院 4 日游为例，说明成本加总计价法。

范本 3-1　成都—五台山、平遥、乔家大院 4 日游(5 人独立成团)

一、行程安排

D1：(周五)成都—太原。含晚餐。住宿：太原。

上午 10:50，成都双流机场乘机飞往太原，飞行约 2 小时后抵达，接团后入住酒店。

D2：(周六)太原—平遥古城(车程约 2 小时)。含早、午、晚餐。住宿：太原。

用完早餐后乘车赴世界文化遗产——平遥古城，参观古城墙、中国银行业的鼻祖——日升昌票号、明清老街、保存完整的县衙，午餐后参观素有“皇家看故宫，民宅看乔家”、电影《大红灯笼高高挂》的拍摄地乔家大院，之后返回太原。

D3：(周日)太原—五台山(车程约 4 小时)。含早、午、晚餐。住宿：五台山。

早餐后乘车赴佛教圣地、中国四大佛教名山之首——五台山(车程约 4 小时)，游览黄庙领袖寺庙——菩萨顶、最大的青庙——显通寺、五台山标志性建筑——塔院寺。

D4：(周一)五台山—太原—成都。含早、午、晚餐。

早餐后朝拜五台山香火最旺的寺庙——五爷庙，登小朝台黛螺顶；返回太原参观山西百年文化醋园，晚上 21:10 乘飞机到成都，结束愉快的旅程。



续表

二、地接社报价

990 元 / 人(挂三星)报价包含以下内容。

住宿：三星或同级酒店双人标间。

门票：所列景点首道门票。

用餐：3 早 6 正餐，正餐 20 元 / 人。

交通：当地空调旅游用车(含山西机场接送)。

导游：当地优秀导游讲解服务。

三、成都组团社山西专线部计价

1. 山西地接社报价：990 元 / 人(挂三星)。

2. 成都到太原往返机票如下。

单边：1 140 × 80%(机票折扣)=912 元 ≈ 910元(机票实行四舍五入)。

往返机票 =(910+ 机场建设费 50) × 2=1 920 元。

3. 市内接送费：30 × 2=60 元。

4. 全陪费：该团没有派全陪，就没有产生费用。

5. 保险费：10 元。

成都组团社山西专线部计价 = 异地接待社报价 + 往返机票费 + 市内接送费 + 全陪费 + 保险费 =990+1 920+60+0+10=2 980 元 / 人。

② 地接成本分项计价法。地接成本分项计价法是在异地接待社分项报价的基础上，把各项成本分项进行计算，然后把其他各项成本相加。

以成都—五台山、平遥、乔家大院 4 日游为例，成都组团社的计价如下。

成都到太原往返机票如下。

单边：1 140 × 80%(机票折扣)=912 ≈ 910 元(机票实行四舍五入)。

往返机票 =(910+ 机场建设费 50) × 2=1 920 元。

市内接送费：60 元 / 人。

全陪费：0 元 / 人。

当地车费：当地空调旅游车 265 元 / 人。

门票：270+45=315 元。

住宿费：1 300/5=260 元。太原，两人间为 200 元，三人间为 290 元；五台山，3 个两人间为 160 × 3=480 元；平遥，3 个两人间为 110 × 3=330 元。

导游费：30 元 / 人。

餐费：120 元 / 人。

成都组团社计价 = 机票 + 市内接送费 + 全陪费 + 当地车费 + 门票 + 住宿费 + 导游费 + 餐费 + 保险费 10 (元)

=1 920+60+0+265+315+260+30+120+10 元 =2 980元 / 人



(3) 组团计调对各服务网点报价。

目前我国外省游的具体操作是由国内各专线部负责，收客主要由各服务网点负责。因此，专线部询价之后进行内部计价，然后是专线部对服务网点报价，最后是服务网点对游客报价，即异地接待社专线部向国内组团社专线部报价→国内组团社专线部进行内部计价→国内组团社专线部在内部计价的基础上加上利润向本省组团社各服务网点报价→服务网点在专线部报价的基础上加上利润之后向本省游客报价。针对外省游的国内组团社报价流程如图 3.10 所示。

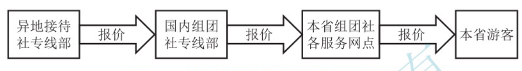


图 3.10　针对外省游的国内组团社报价流程

国内组团社专线部在所经营地区开发了很多条不同的旅游线路，在对每一条旅游线路进行内部计价的基础上，加上每条线路的操作费(包含整个旅游行程的制定与落实费、机票出票操作费、省外旅游服务预定协调工作费等)就是专线部对服务网点的报价。操作费根据具体的线路来确定，一般跟团游的利润低一些，一般是计价的 5% 左右；包团游的利润高一些，一般是计价的 10% 左右。即国内组团社专线部报价 = 内部计价 + 操作费(利润)。

仍以成都—五台山、平遥、乔家大院 4 日游为例，山西专线的内部计价为 2 980 元 / 人，假定利润为 200 元 / 人(利润由专线部自行确定)，那么

该国内组团社山西专线部对服务网点的报价 = 内部计价 + 操作费(利润)

=2 980+200=3 180 元 / 人

一般每个国内组团社专线部在黄金周、每月都要向该旅行社所覆盖的服务网点下发接待计划，接待计划中提供了每条线路的报价。

(4) 国内组团社各服务网点对游客报价。

国内组团社所属的服务网点对游客报价一般是采用成本加成法进行的。服务网点的成本就是专线部提供的旅游计划中的同行报价，利润由各个服务网点自行确定，外省一般是 150 元左右，当然要根据不同的时间、不同的线路来确定具体的利润。国内组团社服务网点对游客的报价 = 国内组团社专线部报价 + 服务网点利润。

仍以成都—五台山、平遥、乔家大院 4 日游为例，山西专线部对服务网点的报价为 3 180 元 / 人，假定服务网点的利润为 150 元(利润由服务网点自行确定，假定以 150 元 / 人来计算)，那么

该国内组团社服务网点对游客的报价 = 专线部报价 + 服务网点利润

= 3 180+150=3 330元 / 人

通过以上计算可以看出，成都—五台山、平遥、乔家大院 4 日游，地接社报价是 990 元 / 人，往返机票为 1 920 元 / 人，没有全陪，无全陪费，保险费 10 元 / 人，市内接送费 60 元 / 人，专线内部计价为 2 980 元 / 人，专线部对服务网点报价为 3 180 元 / 人，毛利为 200 元 / 人，服务网点对游客报价为 3 330 元 / 人，服务网点毛利为 150 元 / 人。成都—五



台山、平遥、乔家大院 4 日游计价报价分解表(见表 3–13)。

表 3–13　成都—五台山、平遥、乔家大院 4 日游计价报价分解表

单位：元 / 人

部门	成本		内部计价	对外报价	毛利
国内组团社专线部	地接社报价	990	2 980	3 180(对服务网点报价)	200.00
	往返机票	1 920			
	市内接送费	60			
	保险	10			
国内组团社服务网点	专线部报价	3 180	3 180	3 330(对游客报价)	150.00

【任务实训】

外省旅游线路设计

▶ 实训目的

掌握外省旅游线路的设计方法和流程。

▶ 实训内容

以大学生为目标市场，设计一条自己所在城市至北京的双飞 5 日游旅游线路。

▶ 实训步骤

第一步：学生分析大学生旅游需求特点。

第二步：学生在网上收集北京的主要旅游资源。

第三步：学生在网上查询自己所在城市至北京的航班情况。

第四步：学生根据大学生旅游需求特点、北京的旅游资源及航班情况，设计一条自己所在城市至北京的 5 日游旅游线路。

▶ 实训成果

提交设计好的电子版旅游线路(含线路名称、行程特色、行程安排、报价、服务标准、注意事项，以及北京交通图、北京旅游景点分布图)。

【任务完成】

通过对本任务的学习，学生掌握了外省旅游开发的类型及格式，能够独立地为游客设计旅游行程；明确了外省旅游线路价格构成、计价和报价方法，能够独立地为游客报价。

任务3.3 国内组团计调的采购业务

【任务导入】

▶ 案例介绍

2015年10月9日，小余送团，抵达火车北站时将火车票交给全陪，全陪将三段火车票一一发给游客。一位细心的游客发现当日火车票有错，时间为9月24日，虽然名字是对的，但是显然已是废票。此时全陪完全不知所措，游客顿时责备全陪和旅行社做事不负责，表明要投诉等。见此情形，小余赶紧联系旅行社说明情况，工作人员告知立刻将错误的9张票收起来，去购票处改签，火车票正确的游客由领队带进候车室等候。

由于离发车只剩下1个小时，排队改签需要很久。小余不得不插队改签，但排到售票窗口时售票员告知车票已经报废，改签必须在火车开动之前。于是小余联系组团社询问解决办法，组团社告知重新买票。小余买了9个人的站票(抵达德阳)后重新排队准备买同一车次的站票。当排到售票窗口时，售票员告知需要游客的身份证，此时离发车只剩半个小时。

小余再次打电话给组团社，组团社强调排在窗口不要动，并询问是几号窗口。由组团社通知全陪马上收齐9位游客的身份证去买票。小余焦急地等待着，过了几分钟，全陪送来身份证和火车票。全陪急急忙忙地带着游客进了站。此时离发车只剩下几分钟。

(资料来源：作者根据学生顶岗实习收集的真实案例编写。)

▶ 问题

这次购错火车票产生了哪些影响？当出现类似问题时应该怎样解决？应该吸取哪些教训？

▶ 案例解析

这次火车票出错产生的影响有：游客认为旅行社做事不负责任，对旅行社不信任；车票的报废给组团社造成一定的经济损失。

解决方案：第一，发现车票出错，要向游客道歉，并告知解决的办法，让游客冷静；第二，发现车票出错，一定要先打电话向组团社说明，再确定方案，不可隐瞒；第三，如果车票可以改签则改签，尽可能地减少损失；第四，如果车票已经报废，一定要立即收齐游客的身份证去买票，以免耽误更多的时间；第五，买好车票给游客时，再次向游客致歉。

吸取的教训：第一，组团社应该与出票工作人员核对游客的车票是否正确；第二，送团人取票的时候一定要先核对车票是否正确；第三，如果发现车票出错，应立马告知组团社，并向游客道歉；第四，买票前一定要准备好游客的身份证。



【任务分析】

国内组团计调的采购业务主要有城市间大交通的采购、异地接待社的采购、全陪服务的采购、其他服务的采购(如代办旅游保险等服务的采购)等内容。

3.3.1　大旅游交通服务的采购

旅游是一种异地活动，无论从常住地到旅游目的地，还是在目的地的暂时逗留与旅游活动期间各地之间的往返，交通都承担着旅游者空间位移的任务。交通不仅要解决旅游者往来不同旅游点的空间距离问题，还要解决其中的时间距离问题。因此，安全、舒适、便捷、经济是旅行社采购交通服务时需要考量的因素。交通的形式主要有飞机、火车、汽车和轮船，旅行社必须与航空公司、铁路部门、轮船公司、汽车公司等交通运输部门建立密切的合作关系。事实上，为寻找稳定的客源渠道，交通运输部门也非常愿意与旅行社长期合作。旅行社要争取取得有关交通运输部门的代理资格，以便顺利采购到所需的交通服务(取得交通代理已成为国内许多旅行社的利润来源之一)。

1. 航空交通服务的采购流程

旅行社采购航空服务，具体落实在飞机的订位上。计调部根据旅游接待预报计划，在规定的期限内向航空公司提出订位，如有变更，应及时通知有关方面。航空服务主要分为定期航班服务和包机服务两种。如果遇客流量超过正常航班的运力，旅游团队无法按计划成行，旅行社就要考虑包机运输。在选择航空公司时主要考虑 6 个方面的因素，即机票折扣(是否具有竞争力的表现)、机位数量(是否能满足需要)、工作配合度、付款方式、航班密度、各地联络网络是否方便。

(1) 确定采购对象。

计调员通过各种渠道和方法收集航空公司、机票销售单位信息资料及负责人的联系方式，然后根据旅行社的线路需求，了解航空公司的规定及航空公司的经济实力，主要包括航空公司的机票折扣、机位数量、服务态度、航班密度、改 / 退票的手续及费用，以及机票销售单位信誉度、网络方便与否、付款方式、工作配合度、竞争优势、机票返利额度等信息。最后确定多家航空公司或机票销售单位作为本旅行社的采购对象。

(2) 签订合作协议。

旅行社计调员与航空公司或机票销售单位经过多次协商之后，确定相关事项，然后双方签订正式的《经济合同书》，明确双方的合作关系及相互约定并备案。

(3) 整理相关资料。

计调部要印制航空公司的航班、票价信息及相关规定、机票销售单位信息，然后分发给社内相关部门备案。根据航空公司的相关要求，设计并印制订购票所需的表单，如飞机票预订单(范本 3–2)、订票身份证信息确认单、机票变更 / 取消单等。



范本 3–2　飞机票预订单

<table>
<tr><td>团号</td><td></td><td>国籍</td><td></td><td>人数</td><td></td><td>组团单位</td><td></td></tr>
<tr><td>乘机日期</td><td colspan="2"></td><td>航班</td><td colspan="2"></td><td>去向</td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="2">人员</td><td>成人</td><td>2 周岁以下儿童</td><td colspan="2">2～12 周岁儿童</td><td>金额合计</td><td colspan="2">开票要求</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td colspan="2"></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>游客</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>陪同</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>订票日期</td><td colspan="2"></td><td>订票单位</td><td></td><td>订票人</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>票务员联系日期</td><td colspan="3"></td><td colspan="2">民航接收人</td><td colspan="2"></td></tr>
</table>

××旅行社

(4) 实施订购票业务。

计调员根据接待计划和《经济合同书》的相关要求选择机票销售单位，向机票销售单位提出订票、购票需求，航空公司在约定的时间内出票，计调员在约定的时间内接票。

(5) 报账结算。

计调员根据本社的规定及《经济合同书》的要求，将订、购票的明细账及返利情况上报财务部门，财务部门审核无误后，根据约定付款时间及方式为航空公司办理结算事宜。

2. 铁路交通服务的采购流程

火车具有价格便宜、可饱览沿途风光的特点，在包价产品中具有竞争力。近年来，我国铁路加大力度改善交通环境，火车运输仍具优势。目前，国内多数旅游者仍选择火车作为首选出游交通工具。旅行社向铁路部门采购，主要是做好票务工作。采购铁路服务就是按照旅游接待计划订购火车票，确保团队顺利成行。出票率、保障率是衡量铁路服务采购的重要指标。

(1) 确定采购对象。

计调员要了解铁路部门的相关规定及列车时刻表，主要包括列车密度、提前预订票的时间限制、预订票应交的手续费、改 / 退票的手续等，通过各种渠道和方法收集车票销售单位、火车票销售网点的信息资料及负责人的联系方式。

(2) 签订合作协议。

旅行社计调员要与车票销售单位、火车票销售网点的相关人员进行多次协商，签订正式的《经济合同书》，明确双方的合作关系并备案。

(3) 整理相关资料。

计调部需要印制铁路部门的相关规定、列车时刻表、票价等信息，并分发给社内相



关部门备案。根据铁路部门的相关要求，设计并印制订购票所需的表单，如火车票预订单(范本 3–3)、火车票变更 / 取消单等。

范本 3–3　火车票预订单

<table>
<tr><td>团号</td><td></td><td>国籍</td><td></td><td>人数</td><td></td><td>组团单位</td><td></td></tr>
<tr><td>乘机日期</td><td colspan="2"></td><td>航班</td><td colspan="2"></td><td>去向</td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="2">人员</td><td>成人</td><td>1.2 ～ 1.4 米的儿童</td><td colspan="2">1.4 米以上儿童</td><td>金额合计</td><td colspan="2">开票要求</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td colspan="2"></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>游客</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>陪同</td><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td></td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>订票日期</td><td colspan="2"></td><td>订票单位</td><td colspan="2"></td><td>订票人</td><td></td></tr>
<tr><td>票务员
联系日期</td><td colspan="2"></td><td colspan="3">车站接收人</td><td colspan="2"></td></tr>
</table>

× × 旅行社

(4) 实施订购票业务。

计调员根据接待计划中人数、车次、火车类别及特殊游客乘车席别、铺位的需求和《经济合同书》的相关要求，在规定时间内向铁路部门提出订票、购票需求，铁路交通部门在约定的时间内出票，计调员在约定的时间内接票。

(5) 报账结算。

计调员根据本社的规定及《经济合同书》的要求，将订、购票的明细账及手续费上报财务部门，财务部门审核无误后与铁路部门办理结算事宜。

3. 水运交通服务的采购

鉴于我国的大陆形态，除去三峡、桂林等内河及少数海路，轮船不是外出旅游的主要交通工具。旅行社向轮船公司采购水路服务，关键是做好票务工作。如遇运力无法满足，或不可抗力因素无法实现计划，造成团队航次、船期、舱位等级变更，应及时果断地采取应急措施。

(1) 确定采购对象。

计调员通过各种渠道和方法收集轮船公司、船票销售单位的信息资料及负责人的联系方式，了解相关的规定，主要包括船次密度、提前预订票的时间限制、预订票应交的预订金、改 / 退票的手续等。

(2) 签订合作协议。

旅行社计调部与轮船公司或船票销售单位签订正式的《经济合同书》，明确双方的合作关系并备案。

(3) 整理相关资料。

计调员需要将印制的票务信息及规定分发给社内相关部门并备案。根据轮船公司



的相关要求，设计并印制订购票所需的表单，如订票确认单、船票变更 / 取消单等。

(4) 实施订票业务。

计调员根据接待计划和《经济合同书》的相关要求，向轮船公司提出订票、购票需求，轮船公司在约定的时间内出票，计调员在约定的时间内接票。

(5) 报账结算。

计调员根据本社的规定及《经济合同书》的要求，将订、购票的明细账上报财务部门，财务部门审核无误后与轮船公司办理结算事宜。

3.3.2 异地接待社的采购

旅行社向旅游者销售的旅游线路，通常有一至多个旅游目的地。采购异地接待服务的目的，是使旅游计划如期如愿实现。应该说，旅游产品的质量在很大程度上取决于各地接待质量，尤其是各旅行社的接待质量。因此，选择高质量的异地接待社，是采购到优质接待服务的关键。

1. 异地接待社的选择标准

(1) 信誉良好。

异地接待社必须根据事先同组团社达成的合作协议，严格地按照双方商定的接待标准和组团旅行社的旅游接待计划向旅游者提供接待服务。异地接待社不得以任何借口拒绝履行合作协议，或者不按照双方商定的接待标准提供服务。异地接待社如因特殊原因，无法落实旅游接待计划所要求的活动内容，必须及时通知组团社，并在征得组团社的同意后，方可改变原先的接待计划。

(2) 较强的接待能力。

异地接待社必须具有较强的接待能力，能够采购到组团社委托其采购的各项旅游服务，并提供优质的旅游服务。

(3) 真诚的合作愿望。

异地接待社必须具有同组团社真诚合作的愿望，积极主动地配合组团社履行与旅游者达成的旅游合同。

(4) 收费合理。

异地接待社的收费不能过高，不能超过旅游者和组团社的承受能力。异地接待社不能以各种借口违反事先达成的协议，侵害旅游者和组团社的合法利益。

2. 异地接待社的采购流程

(1) 确定采购对象。

计调员根据本社经营计划，调查、收集地接社或外地在当地办事处的相关信息资料，经过初步筛选后，对基本符合本社要求的地接社或外地在当地办事处进行考察，重点考察接待质量和信誉等。通过考察后，进行综合比较和评价，与符合本社要求的地接社或外地在当地办事处联系，初步协商合作事宜。

(2) 签订合作协议。

计调员根据协商的结果，利用本社的标准采购合同文本，拟定《合作协议书》，通过



与地接社或外地在当地办事处负责人谈判，协商具体的合作事宜，并签订双方认可的《合作协议书》。

(3) 整理相关资料。

计调员将签署的《合作协议书》进行编号、存档，并报送相关部门备案，将相关资料及规定列表分发给本社相关部门。

(4) 落实游览工作。

计调员根据游客游览要求，制订异地接待服务采购计划，并落实具体的游览工作，将发团的人数、时间等具体要求，用传真发给地接社索要报价。根据地接社的回传传真确认情况，按照接待计划中的发团日期顺序排列存档，并将地接社联系人姓名、联系方式转告给接待部门。

(5) 报账结算。

计调员根据本社的财务规定和《合作协议书》的相关规定，及时将该团费用明细报财务部门，财务部门根据《合作协议书》审核无误后与地接社办理结算事宜。

3.3.3　全陪服务的采购

1. 全陪服务采购知识

全陪作为组团社的代表，参与旅游团的全旅程活动，负责旅游团移动中各环节的衔接，监督接待计划的实施，协调领队、地陪、驾驶员等旅游接待人员的关系。因此，旅行社在全陪服务的采购中应注意全陪的品德修养、业务能力、沟通能力等。

2. 全陪服务的采购流程

(1) 确定采购对象。

计调员根据本社经营计划，调查、收集全陪的相关信息资料，经过初步筛选后，对基本符合本社要求的全陪进行考察，重点对声誉好、经验丰富的全陪进行考察。通过考察后，进行综合比较和评价，与符合本社要求的全陪联系。

(2) 签订协议书。

通过与全陪谈判，协商具体的合作事宜，计调员根据协商的结果，利用本社的标准采购合同文本，拟定《全陪聘用协议书》，签订双方认可的《全陪聘用协议书》。

(3) 整理相关资料。

计调员将签署的《全陪聘用协议书》进行整理、编号、存档，并报送相关部门备案，将《全陪聘用协议书》分发给本社相关部门。

(4) 落实带团工作。

计调员根据游客的要求，通过对已签协议的导游进行筛选，选择合适的全陪，将发团的旅游行程、人数、时间、注意事项等具体要求，以出团计划单的形式发给全陪并提醒导游携带各项证件资料，协助全陪处理带团过程中的各项事宜。

(5) 报账结算。

计调员根据本社的财务规定和《全陪聘用协议书》的相关规定，及时将该团导游服务费用明细报财务部门，财务部门根据财务规定和《全陪聘用协议书》，审核无误后与全陪办理服务费用结算事宜。

3.3.4 其他服务的采购

国内组团计调采购业务除了上述的各种必须采购的旅游服务外，还有其他服务的采购，如代办旅游保险等服务的采购。根据《旅行社条例》(2017修订)及相关法律规定，旅行社应该为旅游者提供规定的保险服务。计调员要认真理解旅游保险规定，收集、调查保险公司的资料，根据实际情况，与实力强、信誉好的保险公司协商洽谈，最与符合本社要求的保险公司进行合作洽谈，代表旅行社与对方代表签订《合作协议书》。对所签署的《合作协议书》进行编号、存档，并报送相关部门备案，整理与保险公司签订的《合作协议书》和相关资料及规定并列表，将列表分发给本社相关部门，通知收取保险费。将每一名投保游客的资料发送给保险公司，并请保险公司及时回复传真确认，注意接收《承保确认书》，以此作为投保依据。在旅游途中发生意外事故时，及时通知保险公司并向导游了解真实情况，必要时可进行现场考察，在保险协议规定的期限内向保险公司呈报书面材料。索赔时，真实地向保险公司提供相关方面的证明。

【任务实训】

国内航空服务的采购

▶ 实训目的

了解国内航空服务的网上查询及采购方法。

▶ 实训内容

北京—上海、成都—西安国内航班的查询与机票采购。

▶ 实训步骤

第一步：学生将北京—上海、成都—西安作为机票采购对象，时间自定。

第二步：学生在相关旅游网站上查询北京—上海、成都—西安的往返航班号、出发时间、飞行时间、抵达时间、机票价格，并学会在网上采购国内机票。

第三步：学生记录这些返航班号的出发时间、飞行时间、抵/离时间、机票价格、机场建设费。

▶ 实训成果

提交北京—上海、成都—西安往返航班信息(列表说明)。

【任务完成】

通过对本任务的学习，学生掌握了国内航空服务的查询和采购方法，能够独立地为游客采购国内航空服务，明确了异地接待社和其他服务的选择标准和方法，能够独立地进行外省服务的采购。



任务 3.4　国内组团计调的工作流程

【任务导入】

▶ 案情分析

2019 年 9 月 10 日下午，在成都某国内组团社从事票务采购工作的小田，带着婴儿与其监护人信息去国航办理购票手续，准备提前开婴儿票。当小田把所有的航班编码、中国国际航空公司名单写好，等待国航工作人员录入系统时，突然被告知当天出发的婴儿人数已经达到限额，这名婴儿无法出行。小田刚工作不久，第一次遇到这类问题，就向上级领导寻求解决方案。最终的解决方案是把婴儿当成儿童顺利出团。但是，儿童票高于婴儿票，导致公司亏损了 500 元。

深航为了保证航行安全，明确表示今后禁止把婴儿当成儿童出票，并告知小田，今后出婴儿票时，首先了解一下航班已经出票的婴儿数，不要盲目地收取婴儿资料和承诺出票事宜。如果婴儿无法出票，其监护人的行程就会被耽误。

（资料来源：作者根据学生顶岗实习期间发生的真实案例编写。）

▶ 问题

1. 婴儿出票有哪些规定？
2. 从中应该吸取哪些教训？

▶ 案例解析

按照民航的相关规定，乘机婴儿是指出生 14 天至满 2 周岁的婴儿。婴儿乘机买票时，家长必须提供户口本或者婴儿的出生证明。国内的航空公司基本上根据飞机型号来规定承载婴儿的人数。在售票计算机系统上，如果婴儿票销售张数已经达到机型上限，系统就会自动显示无法出票。

应该吸取的教训是：第一，作为一名票务人员，应该掌握购买机票的基本知识，明确购买婴儿票、儿童票、成人票的要求和条件；第二，在接收婴儿购票信息时，要首先询问航空公司是否还有婴儿票，不能盲目地收取资料；第三，一旦发生意外情况，要及时与公司上级领导沟通，寻找解决问题的方案。

【任务分析】

国内组团计调工作流程如图 3.11 所示。



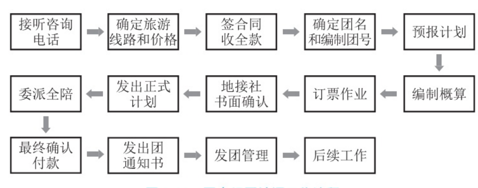


图 3.11 国内组团计调工作流程

3.4.1 接听咨询电话

国内组团计调工作首先是从接听服务网点、客户咨询电话开始的，在此环节一定要做好电话记录，问清客户的基本情况和要求，比如是散客团还是团队、出团时间、往返大交通、住宿标准、人数、主要旅游景点、是否需要全陪、有无特殊要求。认真记录与客户谈话的要点，留下来电客户的联系方式。为了减少和避免工作中的失误，计调员应该重复确认客户提出的要求。

3.4.2 确定旅游线路和价格

1. 确定旅游线路

(1) 介绍现有旅游线路。

每个旅行社都有很多已经向社会公开推出的已经成型的旅游线路，在接受团体和散客的咨询时，就可以向客户详细地介绍产品的情况、产品的亮点、产品的报价及产品的价格构成等，让客户从众多旅游线路中选择一条自己比较理想的旅游线路。

(2) 设计旅游线路。

如果是独立成团，计调员就必须根据客户的要求来重新设计旅游线路。计调员一定要根据客户的要求设计旅游线路，要经常与客户沟通，经过多次修改，最终设计出令客户满意的旅游线路。

2. 询价计价报价

(1) 询价。

① 向各地接社询价。调阅资料库资料，同时应向两家以上的地接社询价，包括房价、旅游汽车、景点门票等，确认相对稳定的要素，如门票、中间段的火车票等有无调整，经常变化的旅游汽车的现行价格，确认地接的基本价格区间。国内团即使去 N 个省，因为熟悉情况，一般也会选择 N 个地接社，各地一个，则可降低成本。

② 向交通运输部门询价。旅游线路基本确定后，应立即向航空公司、火车站询价，预订国内机票或火车票，使大交通基本有保障。交通费包括城市间大交通费和市内接送费。



(2) 计价。

计调员将询价的情况进行汇总，就可以进行内部计价，即把组团社的各项成本加起来。

(3) 报价。

报价就是在内部计价的基础上加上一定的利润，再给客户报价。报价的项目包括城市间大交通费、地接社服务费、全陪费、市内接送费和一定的利税。给客户报价时一定要及时、准确，报价不能太高也不能太低，太高了客户会流失，太低了旅行社就没有利润。

报价之后，等待对方的回应，但不是消极地等待，而是积极地对待。视报价内容的轻重缓急有张有弛地积极跟进。掌握客户的情况和市场的变化，如有需要或有可能，要调整报价或增加服务，特别是免费服务内容，想方设法增强竞争力，力争把每一单都做成功；同时把跟踪的情况和调整的内容做好记录；根据进展情况，及时控制资源，即提前预订某一时段的住宿、餐饮、车票、机票等。

3.4.3　签合同收全款

《中华人民共和国旅游法》(以下简称《旅游法》)第五十七条规定：旅行社组织和安排旅游活动，应当与旅游者订立合同。旅游者确定价格之后，就可以签订正式的旅游合同。计调员在与旅游者签订旅游合同时，应当对旅游合同的具体内容做出真实、准确、完整的说明。《旅游法》第五十八条规定：包价旅游合同应当采用书面形式，包括下列内容：①旅行社、旅游者的基本信息；②旅游行程安排；③旅游团成团的最低人数；④交通、住宿、餐饮等旅游服务安排和标准；⑤游览、娱乐等项目的具体内容和时间；⑥自由活动时间安排；⑦旅游费用及其交纳的期限和方式；⑧违约责任和解决纠纷的方式；⑨法律、法规规定和双方约定的其他事项。

订立包价旅游合同时，旅行社应当向旅游者详细说明前款第二项至第八项所载内容。

《旅游法》第五十九条规定：旅行社应当在旅游行程开始前向旅游者提供旅游行程单。旅游行程单是包价旅游合同的组成部分。

应该注意的是：包价旅游合同中不再对“旅行社安排的购物次数、停留时间及购物场所的名称”和“需要旅游者另行付费的游览项目及价格”做出约定。

签订合同之后，应该全额收款，交财务部入账，填写交款记录，成团。

3.4.4　确定团名和编制团号

1. 确定团名

国内组团社旅游团的名称，一般由“地区(省或城市)+ 组团社(简称)+ 线路名称”组成，用中文表示。例如，北京东大旅行社组织了一支到福建武夷山 4 日游的旅游团，则命名为北京东大福建武夷山 4 日游团。

2. 编制团号

团号就是旅游团的编号。目前国内各旅行社对旅游团的编号并没有统一的规定，



比较杂乱。现代旅行社计调规范培训专家熊晓敏对于规范团号的编制给予了详细的说明。

(1) 全球旅游区域的划分。

要了解旅行社规范团号的组成，首先应将全球旅游区域进行明确的划分，按习惯分为国内区域、境外华侨区域、港澳台区域和国际区域四个大区。

① 国内区域。以中国大区为依据，可划分为六大区，其代码以航空公司的三位数为基数，即大区的两位拼音代码，加上一个主要游览城市的首位拼音大写，如北京(HBB)。

东北大区(DB)：黑龙江、吉林、辽宁。

华北大区(HB)：河北、河南、山西、北京、天津、内蒙古自治区。

华东大区(HD)：山东、江苏、安徽、浙江、江西、福建、上海。

华南大区(HN)：湖北、湖南、广东、广西壮族自治区、海南。

西北大区(XB)：陕西、甘肃、宁夏回族自治区、青海、新疆维吾尔自治区。

西南大区(XN)：云南、贵州、四川、重庆、西藏自治区。

② 境外华侨区域。境外华侨区域可分为八个区域：东南亚、东亚、西亚、欧洲、非洲、美加、拉美、澳新。代码主要以城市名为主，参阅航空代码，如泰国(BKK)。

③ 港澳台区域。代码主要以城市名为主，参阅航空代码，如香港(HKG)。

④ 国际区域。国际区域可分为九个区域：东南亚、东亚、西亚、北欧、西欧、南北非、美加、拉美、澳新。代码主要以城市名为主，参阅航空代码，如澳大利亚(AUS)。

(2) 各种交通代码在规范团号中的应用。

① 火车代码在规范团号中的应用。在规范团号的书写中，我们要运用交通等级的代码。例如，铁路硬卧用字母“W”表示，是“卧”字的汉语拼音首字母的缩写；软卧用字母“RW”表示，是“软卧”汉语拼音首字母的缩写；硬座用字母“Z”表示，是“座”字的汉语拼音首字母的缩写；“软座”用字母“RZ”表示，是“软座”汉语拼音首字母的缩写。

② 汽车代码在规范团号中的应用。旅游用汽车以座位数来安排游客，而在规范团号的书写中，是以吨位来编制团号的，符号为“T”。例如，从北京参加周边短线汽车团1日游，乘空调旅游车往返，在团号中交通代码的设定为“2T”。

③ 飞机代码在规范团号中的应用。飞机用字母“F”指代。例如，往返全程飞机，称为“双飞”，用“2F”表示；去程是火车卧铺回来乘飞机，称为“单飞单卧”，用“FM”表示。

(3) 运用三字代码设定标准团号。

参照航空代码三位数设定团号，前两位英文大写为中国区域代码，第三位以中国第一个游览城市的拼音大写组成了三位数团号代码，如北京(HBB)、香港(HKG)，出境国家如新加坡(SIN)、马来西亚(KUL)、泰国(BKK)；连接横线后两位的是交通等级，如双飞(2F)、单飞(1F)、一飞一卧(1F1W)、双卧(含船)(2W)、双座((2Z)、全程汽车(2T)；后四位数表示出团日期，如12月20日为“1220”；最后一位英文大写为出团数，如第一个团写作“A”，这就是规范的团号标准。



举例 1：一个中国区域团北京双飞 5 日游，出团日期为 8 月 20 日，出团数为第一个，合成规范团号为：HBB05—2F0820A。

举例 2：香港双飞 5 日游，出团日期为 12 月 26 日，出团数为第五个团，合成规范团号为：HKG05–2F1226E。

举例 3：新加坡—马来西亚—泰国双飞 7 日游，出团日期为 2 月 14 日，出团数为第二个团，首先将新加坡、马来西亚、泰国三个国家的航空代码的首字母组成一个简约代码，合成规范团号为：SKB07–2F0214B。

(4) 人数在规范团号中的表示。

人数在规范团号中的书写是一个很严谨的问题，如果太过随意可能会带来很大的麻烦。例如，24 位成人、3 名儿童(其中有 1 名不满 2 周岁的婴儿)的旅游团，旅行社对此安排了一个全陪，这应该如何书写呢？标准规范的人数写法应该如何表示呢？成人有多少人，就用相应的阿拉伯数字表示，1 人就是“1”，10 人就是“10”；儿童写作 1/2，如 3 名儿童则写作“3/2”；在旅游费用的核算中，婴儿通常是不产生费用的，故用 1/0 表示，也可写作 1/10。则 24 位成人、3 名儿童(其中有 1 名不满 2 周岁的婴儿)、1 位全陪正确规范的表示方式为：24+2/2+1/10+1。

3.4.5　预报计划

预报计划就是国内组团社向目的地的地接社编制出团计划书(范本 3–4)，有几个地接社就要同时向行程中的各地接社发出预报计划。预报计划的目的是使地接社将此团列入该社的接待计划，尽早预订酒店、车辆等。预报计划的内容应该包括团号、旅游团的准确人数、团队抵 / 离时间及交通工具、日程安排、食宿标准及其他要求等。向选定的地接社发出正式的团队预报，将产品的旅游行程计划书给地接社，方便地接社提前准备。

范本 3–4　× × 旅行社国内旅游组团中心出团计划书

TO： FR：	T： T：		F： F：	Date：
团号：	人数：		房间数：	团型：
日期	交通	日程安排	餐饮	酒店

续表

服务标准		
购物说明		
游客姓名		T:
注意事项		
结算		

请盖章回传确认！多谢！！　　　　发件人

3.4.6　编制概算

国内组团计调员编制概算单，报财务审核，总经理签字后开始作业；凭概算单、组团合同、地接社确认件、团队接待通知书填写借款单，经部门经理签字，报财务审核，总经理签字后领取借款。

3.4.7　订票作业

国内组团计调员仔细落实并核对计划，向票务人员下达航空订座单(范本 3–5)，注明姓名、身份证、航班号、日期、人数等，并由经手人签字。如遇变更，及时通知票务人员。

范本 3–5　× × 旅行社国内旅游组团中心航空订座单

<table>
<tr><td rowspan="2">自</td><td rowspan="2">至</td><td rowspan="2">航班号</td><td rowspan="2">日期</td><td rowspan="2">起飞时间</td><td colspan="3">人数</td><td>记录编号</td></tr>
<tr><td>成人</td><td>儿童</td><td>婴儿</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>序号</td><td>姓名</td><td colspan="2">身份证号</td><td>序号</td><td>姓名</td><td colspan="3">身份证号</td></tr>
<tr><td>1</td><td></td><td colspan="2"></td><td>9</td><td></td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>2</td><td></td><td colspan="2"></td><td>10</td><td></td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>3</td><td></td><td colspan="2"></td><td>11</td><td></td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>4</td><td></td><td colspan="2"></td><td>12</td><td></td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>5</td><td></td><td colspan="2"></td><td>13</td><td></td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>6</td><td></td><td colspan="2"></td><td>14</td><td></td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>7</td><td></td><td colspan="2"></td><td>15</td><td></td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>8</td><td></td><td colspan="2"></td><td>16</td><td></td><td colspan="3"></td></tr>
</table>



续表

序号	姓名	身份证号	序号	姓名	身份证号
17			19		
18			20		

3.4.8　地接社书面确认

国内组团计调员督促地接社在最短的时间内(8 ～ 24 小时)书面确认。确认重点为机(车、船)票，住宿，车辆，结算等。

3.4.9　发出正式计划

国内地接社回传确认后，国内组团社在出发前发出正式计划。正式计划打印，加盖计划专用章，一式两份(发出、留存各一份)，督促回执。

3.4.10　委派全陪

根据不同团队的要求选派不同的全陪，确定团队接待重点及服务方向，交代接待计划，发放全陪日志(范本 3–6)。

范本 3–6　全陪日志

<table>
<tr><td>单位 / 部门</td><td colspan="2"></td><td>团号</td><td></td></tr>
<tr><td>全陪姓名</td><td colspan="2"></td><td>组团社</td><td></td></tr>
<tr><td>领队姓名</td><td colspan="2"></td><td>国籍</td><td></td></tr>
<tr><td>接待时间</td><td colspan="2">年　月　日至　年　月　日</td><td>人数</td><td>(含　岁　儿童　名)</td></tr>
<tr><td>途经城市</td><td colspan="2"></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="5">国内重要游客、特别情况及要求：</td></tr>
<tr><td colspan="5">领队或游客的意见、建议和对旅游接待工作的评价：</td></tr>
<tr><td colspan="5">该团发生问题处理情况(意外事件、游客投诉、追加费用等)：</td></tr>
<tr><td colspan="5">全陪意见和建议：</td></tr>
<tr><td colspan="2">全陪对全过程服务的评价：</td><td colspan="2">合格</td><td>不合格</td></tr>
<tr><td>行程状况</td><td>顺利</td><td>较顺利</td><td>一般</td><td>不顺利</td></tr>
<tr><td>客户评价</td><td>满意</td><td>较满意</td><td>一般</td><td>不满意</td></tr>
<tr><td>服务质量</td><td>优秀</td><td>良好</td><td>一般</td><td>比较差</td></tr>
<tr><td>全陪签字</td><td colspan="2">部门经理签字</td><td colspan="2">质量管理部门签字</td></tr>
<tr><td>日期</td><td colspan="2">日期</td><td colspan="2">日期</td></tr>
</table>

3.4.11　最终确认付款

国内组团计调员应在团队出发前 24 小时内与对方核对计划，要求对方最终确认，向对方催要结算单。确认团队质量无异议，经财务部审核，总经理批准(允许预付)，将团款汇入地接社账户。

3.4.12　发出团通知书

团队出发前，国内组团计调员应制作好出团通知书(范本 3-7)，把出游前需要准备的资料、出游中的注意事项向游客逐项交代清楚。

范本 3-7　××西宁旅行出团通知书

尊敬的贵宾：

您好！感谢您订购我公司漫游青海—西宁—贵德—青海湖环湖—黑马河—茶卡盐湖 双卧 6 日游产品。

请您在出团前仔细阅读以下注意事项，以免耽误您的旅行。

1. 集合时间：2016 年 06 月 04 日 11:00。
2. 集合地点：成都火车北站进站口。
3. 成都集合标准：黄底红字“寻秦之旅”导游旗集合。
4. 去程火车车次：　月　日　成都 / 西宁，K1058 次　11:56/12:375。
5. 回程火车车次：　月　日　西宁 / 成都，K1060 次　09:50/10:46。
6. 西宁接团标志：蓝底白字“漫游青海”导游旗。
7. 西宁导游：李萌。
8. 西宁接团人：杨师傅　1399728××××。
9. 紧急联系人：庭竹　1776120××××。
10. 游客名单：(请仔细核对游客信息)。

特别提示：请您携带本人有效身份证原件、12 周岁以下儿童带户口本原件出团！请保持电话畅通，以便接团人员联系！

西宁旅游注意事项：

1. 青藏高原平均海拔高，初到者往往有轻微高原反应，可能有头痛、头晕和食欲消退现象，均属于正常现象。这时需要多饮水，注意休息，行动不要过快、过急等(西宁海拔 2 200 米，有些地方更高)。

2. 受旅游地自然条件限制，景点沿途餐厅的条件与内陆地区比较，无论是硬件设施还是饭菜质量都有较大差距，并且少数民族餐馆(饭店)较多，用餐时牛羊肉偏多，要做好入乡随俗的心理准备。

3. 西北地区由于地域辽阔，景点较分散，景点之间车程较长，请游客备好避免晕车的药物，在旅游时注意休息，调配好时间安排，以充足的体力参加旅游活动。

4. 在西部地区要注意拍照时的禁忌：寺庙一般禁止拍摄人物，尤其是僧侣，取景时要经过对方允许。



续表

5. 西北地区受宗教影响，风俗习惯各异，游览时要谨记地陪宣布的注意事项，不要谈论有关少数民族宗教信仰等话题。 6. 出行：请游客保管好自己的随身物品，注意人身及财产安全，最好穿一双舒适的旅游鞋出游；带上雨具及常备药品出游；夜间自由活动要结伴出行，切记不要单独行动；尊重当地民俗习惯，不要随意和陌生人搭话，以免造成不必要的麻烦。 7. 自费景点自愿游览，如果不去，可以在景区外等其他参观的游客，绝不强制。 8. 若产生单房差，旅行社可根据情况安排三人间或加床，如无法拼住请游客自补房差。 9. 因自然灾害或国家政策性调价等人力不可抗拒的因素造成滞留或延误，所产生的费用请游客自理。 10. 青海最近气温参考：12 ～ 28℃，早晚温差较大，注意增减衣服，避免因感冒影响您的旅行。 温馨提示：西北地区，空气较干燥，请多喝水、多吃水果、少喝酒；由于气温变化大，请带长袖衣、外套、帽子、墨镜、防晒霜；一些景区(如沙湖、沙坡头等)沙子较多，请注意保护好您的照相机，最好随照随关镜头盖。 祝您旅途愉快！

(资料来源：成都和顺旅行社。)

3.4.13　发团管理

1. 发团

发团，是指组团社把通过各种招徕手段形成的旅游团队，委托给选定的地接社，并由其负责完成合同中规定的旅游者应该享受的权利和旅行游览活动的过程。组团社将旅游团委托给旅游目的地的地接社后，由该地接社根据合同规定安排旅游团在旅游目的地的一切旅游活动，而发团社对地接团社进行监督，并督促其完成旅游合同。

2. 监督

团队发出之后，组团计调员要时时监控团队的异地运行，监督内容如下。

(1) 监督地接社的接待情况。

组团计调员在团队发出后应该履行监督职责。监督地接社的接待质量，具体监督方法可以通过组团社派出的全陪或游客的信息反馈而定，发现问题及时纠正，消除各种隐患。

(2) 监督全陪的工作情况。

组团计调员在团队发出后应该要求全陪定期向组团社汇报团队的情况，同时要向地接社了解全陪在工作中是否认真履行自己的职责。现在很多国内团为了降低成本，不再派全陪，给组团社的工作带来一些不便，这样就更要随时保持通信联系，“遥控”地接，如有问题必须及时按程序处理。

(3) 监督游客的游览情况。

组团计调员在团队发出后应该向全陪、地接社了解游客游览的情况，在第一时间发现问题，并及时与地接社协商加以解决，保证团队顺利游览。对违规游客要收集证据，为以后处理问题留下依据。

3. 送团

在团队顺利结束异地行程返回本地后，组团计调员与全陪一起做好送团工作，主动征求游客的意见，让游客愉快地结束整个旅游行程。

3.4.14 后续工作

1. 报账登账

团队运行中如果有一些变动，如增减了项目，会涉及费用。团队运行完毕后，计调员要对全过程进行审核；要了解清楚团队对地接质量有无异议，有无投诉；给地接社拨全款前，应要求地接社把游客的意见反馈表传回组团社，作为拨款的依据；做好结算单，报财务结账。一般要求团队行程结束后一周内清账。填写决算单，连同概算单一式两份、组团合同、地接社确认件、地接社结算单、团队接待通知书原始凭证，交公司财务部报账。

报账之后，计调员应将涉及该团的协议单位的相关款项及时录入团队费用往来明细表中，以便核对。

2. 归档总结

(1) 建立团队档案。

团队结束旅游行程之后，要整理该团的原始资料，每月的月底将该月团队资料登记存档，以备查询。建立旅游团队档案的主要内容有地接报价单(历次报价)、双方签字的确认单(盖章)、客户名单、合同、缴费单、最终行程表、订车单、订票单。这些资料保存期至少为两年。

(2) 总结工作。

国内组团计调员对整个带团工作进行总结，检查全陪的带团日志；处理表扬与投诉，所有表扬和投诉都需要报告给部门领导，有的表扬需要对当事人进行褒奖，或通过一定的宣传增加旅行社的美誉度；有的投诉涉及多个部门，处理不好，旅行社可能会有名誉或经济损失，计调员要了解情况，如实报告给部门领导，做好协调工作。

3. 售后服务

在团队结束旅游行程返回本地后，国内组团计调员应进行客户满意度调查，掌握准确的信息，为今后工作的改进提供依据。计调员要与客户保持良好的关系，努力使之成为自己的朋友，为第二次销售工作打下基础。



【任务实训】

国内组团计调的工作流程模拟

▶ 实训目的

掌握国内组团计调的工作内容和流程。

▶ 实训内容

到学校所在地附近的旅行社外省专线部参观实习。

▶ 实训步骤

第一步：教师联系学校附近的旅行社外省专线部。
第二步：学生到旅行社外省专线部参观，组团计调给学生进行示范讲解。

▶ 实训成果

归纳总结国内组团计调的工作流程。

【任务完成】

通过对本任务的学习，学生掌握了国内组团计调在前期业务准备、发团管理阶段及散团收尾阶段的工作流程与具体的工作内容，能够在旅行社外省专线部进行简单的业务操作。

同步练习

一、填空题

1. ________是按照班期时刻表和规定的航线，定机型、定日期、定时刻的飞行。

2. 中国国内航班的航班号由执行航班任务的航空公司________字代码和________位阿拉伯数字组成。

3. 铁道部规定，从 2012 年 1 月 1 日起，所有旅客列车都将实行________购票验票乘车制度。

4. 青藏高原旅游大区位于我国西南部的青藏高原，号称“世界屋脊”，包括________和________两省区。

5. 中华人民共和国公民身份号码是特征组合码，由________位数字本体码和________位数字校验码组成。



二、单项选择题

1. 乘坐飞机规定：航班离站前(　　)分钟停止办理乘机手续。

A. 10　　B. 20　　C. 30　　D. 60

2. 我国对于26～45周岁的居民，发给有效期为(　　)年的居民身份证。

A. 5　　B. 10　　C. 15　　D. 20

3. 火车车次的首字母代码具体指的是铁路列车车次的一种等级编号，常见的有T、K、Z、N、L、A、Y、G等，其中高速动车的首字字母是(　　)。

A. K　　B. N　　C. L　　D. G

4. 国内航班随身携带物品的质量，每位旅客以(　　)千克为限。

A. 5　　B. 10　　C. 15　　D. 20

5. 在全国八大旅游大区中，(　　)是全国唯一既不靠海又无陆地国境线的旅游区。

A. 华北旅游大区　　B. 华中旅游大区

C. 华南旅游大区　　D. 西南旅游大区

三、多项选择题

1. 民航运输飞行形式主要有(　　)。

A. 班期飞行　　B. 定期飞行　　C. 包机飞行

D. 加班飞行　　E. 不定期飞行

2. 中原(华北)旅游大区位于我国黄河中下游，居于我国北部中枢地区，范围包括北京、天津两个直辖市和(　　)省。

A. 河北　　B. 河南　　C. 山西

D. 山东　　E. 陕西

3. 江南(华东)旅游大区位于东南沿海中部，行政范围包括(　　)。

A. 上海　　B. 江苏　　C. 浙江

D. 安徽　　E. 江西

4. 居民身份证的有效期限分为(　　)几种。

A. 5年　　B. 10年　　C. 15年

D. 20年　　E. 长期

5. 异地接待社费用包括(　　)等。

A. 目的地交通费　　B. 住宿及餐费　　C. 城市间大交通费

D. 景点门票　　E. 地陪费

6. 组团社计调员的采购业务主要有(　　)等内容。

A. 城市间大交通的采购　　B. 异地接待社的采购　　C. 娱乐服务的采购

D. 全陪服务的采购　　E. 酒店的采购

四、判断题(正确的在题后括号内打“√”，错误的打“×”)

1. 旅行社为旅游团购买的团体旅游机票有效期为1年。　　(　　)

2. 普通旅客乘坐飞机必须经过安检，外交人员乘坐飞机可以不经过安检。　(　)
3. 出票率、保障率是衡量铁路服务采购的重要指标。　(　)
4. 组团社在出发前24小时内应与对方核对计划，要求对方最终确认。　(　)

五、简答题

1. 简述省外旅游线路开发的类型。
2. 简述组团社的报价流程。
3. 简述航空交通服务的采购流程。
4. 组团社计调员选择异地接待社时应该采用哪些标准?
5. 绘图说明国内组团计调的工作流程。

六、操作题

北京康辉旅行社组织30位游客到云南参加由云南康辉旅行社组织的大理、丽江、香格里拉5晚6日游。全程由云南康辉负责接待，云南康辉的地接报价为980元/人。30位游客从北京到昆明的往返机票均按4折，经济舱全价为1 810元，民航发展基金50元/人，燃油附加费130元/人。派出一位全陪，全陪费为3 000元。北京机场接送费80元/人，保险费10元/人。

(1) 代表北京康辉旅行社的计调员进行内部计价，计算出该组团社的成本价格。
(2) 代表北京康辉旅行社计调员向30位游客做出组团社报价。



出境组团计调实务

项目概述

本项目主要介绍出境组团计调员应掌握的基础知识、主要业务及工作流程。首先，介绍出境组团计调员应该掌握的基础知识。其次，阐述出境旅游线路的设计与开发、定价与报价方法及各项旅游服务的采购方法。最后，详细地分析出境组团计调的整个工作流程。本项目分为 4 项任务，每项任务均按照“任务导入→任务分析→任务实训→任务完成”来组织安排。

知识目标

1. 了解出境组团计调员应掌握的基础知识。
2. 熟悉出境旅游线路设计、开发及定价、报价的方法。
3. 明确各项出境旅游服务的采购方法。
4. 掌握出境组团计调的工作流程。

能力目标

1. 能够设计出境旅游线路，并对设计的旅游线路进行定价和报价。
2. 能够及时采购各种出境旅游服务，能够初步操作出境旅游团队。



任务 4.1　出境组团计调基础知识

【任务导入】

▶ 案例介绍

2018 年 7 月 20 日(周五)早上，出境部签证计调员小张把 19 日准备好的签证资料送到领事馆做签证。小张到达领事馆才看到领事馆墙上张贴的临时放假通告，通告内容是 7 月 23 日(周一)要闭馆一天。这就意味着 20 日送签，23 日不能出证。按照领事馆规定，要三个工作日才能出证，因此出证需要顺延到 24 日。而出境计调部要求 23 日拿到签证，23 日晚上要出团。小张从事签证工作不久，不知道这类事情的严重性，没有向出境计调部汇报这件事就擅自把资料送到领事馆，只在去交钱的路上给出境计调部 QQ 留言说明 23 日闭馆的事情。出境计调员忙完之后才看到了 QQ 留言，马上给小张打电话。得知小张已经递交了资料、交了钱，出境计调员非常着急，马上通知部门经理。部门经理马上与领事馆协商申请 22 日出证。这件事才得到解决。小张回来之后，部门经理并没有责怪他。而是很细心地向他说明，如果事情没解决，小张就要承担 70% 的责任，而 30% 的责任由出境计调部承担。但是遇到这种事情不应该擅作主张，应该请示领导意见。如果早点看到通告，通知各部门，就可以避免这种事情的发生。

(资料来源：作者根据学生顶岗实习期间收集的案例编写。)

▶ 问题

签证计调员小张哪些地方做得不好？他应该吸取哪些教训？

▶ 案例解析

本案例中，签证计调员小张做得不好的地方如下。第一，小张没有及时关注领事馆的通告，计调员应该经常关注领事馆的各种通知，把最新通知告诉相关部门。第二，小张 20 日发现 23 日闭馆通知后应该及时打电话通知出境计调部，不应该 QQ 留言，打电话可以让出境计调部及时掌握情况。第三，小张没有认识到 23 日不能出签的严重性。23 日团队就要出发，没有签证是不能出境的，这种损失是很大的，应该引起高度重视。第四，遇到这种事情不能擅自做主，应该在第一时间请示领导。

【任务分析】

出境组团计调员就是通过各种途径，将游客送抵旅游目的国家或地区的旅游业务的操作者。作为出境组团计调员，要对所经营的出境旅游线路有足够的体验和认识；要掌握出



境所需证件、手续的办理、各种政策的变化；要详细了解专线里面各种线路中的吃、住、行、游、购、娱方面的详细情况；要丰富专线里面的资源、景点、酒店、餐厅等，注意选择的多样性和搭配的灵活性。

4.1.1 出境旅游所需证件

1. 中华人民共和国护照和签证

中华人民共和国护照和签证是出国旅游必备的证件。

(1) 护照。

① 护照的种类。护照是一国主管机关发给本国公民出国或在国外居留的证件，证明其国籍和身份。护照一般分为外交护照、公务护照和普通护照3种。外交护照是发给政府高级官员、国会议员、外交和领事官员、肩负特殊外交使命的人员、政府代表团成员等具有外交身份的人员使用的护照；持有外交护照者在国外享有外交礼遇(如豁免权)。公务护照是发给国家公务人员的护照，如政府一般官员、驻外使领馆工作人员、因公派往国外执行文化和经济等任务的人员；也有的国家称这种供政府官员使用的护照为“官员护照”。普通护照是由中华人民共和国公安部出入境管理机构或者由公安部委托县级以上地方人民政府公安机关出入境管理机构，以及中华人民共和国驻外使馆、领馆和外交部委托其他驻外机构签发的，由中国一般公民和国外侨民使用的护照。

在我国，外交护照和公务护照都由外事部门颁发，普通护照由公安部门颁发。中华人民共和国护照的有效期一般为10年，16周岁以下中国公民的护照有效期为5年。出境旅游要求护照的有效期必须在半年以上，要有明确的目的地和动机，护照上填写的内容一定不能有涂改。

为顺应全球护照电子化发展趋势，方便公民出入境，自2012年5月15日起，我国公安部门开始统一向普通公民签发普通电子护照。电子护照在传统本式普通护照中嵌入电子芯片，并在芯片中存储持照人的个人基本资料及面部肖像、指纹信息。中华人民共和国新版护照如图4.1所示。



图4.1 中华人民共和国新版护照



② 护照的申办。自 2019 年 4 月 1 日起，中华人民共和国普通护照往来港澳通行证、往来台湾通行证等出入境证件实行“全国通办”，即内地居民可在全国任一出入境管理窗口申请办理出入境证件，申办手续与户籍地一致。出入境证件实行“全国通办”后，可以实现 3 个“都能办”：一是全国各地都能办，即内地居民可在全国任一出入境管理窗口申请办理出入境证件，申请材料与户籍地一致；二是内地居民都能办，即不受户籍地、居住地等条件限制，内地居民均可在异地申办出入境证件；三是出国出境证件都能办，即普通护照、往来港澳通行证、往来台湾通行证等，都可在异地申办。此外，申请人异地申办赴港澳台团队旅游签注，还可在自助签注机上办理，立等可取。

国家移民管理局政务服务平台于 2019 年 4 月 1 日上线，公民可登录服务网站、国家移民管理局 App 等，预约申请办证、办理往来港澳台旅游签注、查询证件进度、查询出入境记录等。平台将为公民提供 24 小时网上服务，真正实现“让数据多跑路，让群众少跑腿”。

(2) 签证。

① 签证的种类。签证是一国主管机关在外国公民所持的护照或其他旅游证件上签注、盖印，表示准其出入本国国境或者过境的手续。公民在国际往来，不仅必须持有本国政府颁发的合法的护照，还须事先获得前往国家的有效签证，这样才能离开本国国境，进入前往国家或地区。签证一般做在护照上，与护照同时使用。9 人以上的旅游团可申请办理团体签证。旅游团队要办理落地签证，应该事先经有关国家地接旅行社报该国签证机关同意后才能发团。

签证根据不同的标准有不同的分类。签证根据类别可分为外交签证、公务签证和普通签证；根据出入境事由可分为移民签证、非移民签证、留学签证、旅游签证、工作签证、商务签证和家属签证等；根据出入境情况可分为出境签证、入境签证和过境签证；根据停留次数可分为一次签证、两次签证和多次签证；根据停留期长短可分为长期签证和短期签证。中国公民因私出国申请表见范本 4-1。

范本 4-1　中国公民因私出国申请表

以下内容由申请人填写(请用黑色或者蓝黑色墨水笔书写)

身份证号码					
姓		名		性别	
拼音姓		拼音名		民族	
出生日期	年　月　日	出生地		婚姻状况	
政治面貌		文化程度		联系电话	
户口地址				所属派出所	
本人现住址				邮 政 编 码	

贴 照 片 处

近期正面免冠半身

白色背景彩色照片

照片大小：48 毫米 ×33 毫米

头部宽度：21 ～ 24 毫米

头部长度：28 ～ 33 毫米



续表

<table>
<tr><td>本人身份</td><td colspan="5">□国家工作人员　□国有大中型企业中层以上管理人员
□金融、保险系统人员　□国有控股、参股企业中的国有股权代表
□军人　□其他人员</td></tr>
<tr><td>单位全称</td><td colspan="2"></td><td>职务职称</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>单位地址</td><td colspan="2"></td><td>联系电话</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>前往国家</td><td></td><td colspan="4">属第(　　)次申请因私护照</td></tr>
<tr><td>出国事由</td><td colspan="5">□定居　□旅游　□探亲　□商务　□劳务　□留学　□其他</td></tr>
<tr><td>申请证件种类类别</td><td colspan="5">□普通护照首次申领　□护照补发　□护照换发　□护照失效重新申领
□普通护照变更加注
普通护照变更加注类别:(　　)
普通护照变更加注内容:(　　)
普通护照换发、补发原因:(　　)</td></tr>
<tr><td colspan="6">原护照号码　　签发地　　有效期至　　年　月　日</td></tr>
<tr><td rowspan="3">家庭主要成员</td><td>称谓</td><td>姓名</td><td>年龄</td><td>工作单位、职务</td><td>家庭住址</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>本人简历</td><td colspan="5"></td></tr>
<tr><td colspan="6">如需办理速递，凭申请回执到邮政速递专柜办理</td></tr>
</table>

特别声明：

1. 本人知道，凡属于登记备案的国家工作人员申办因私出国护照，必须由单位出具意见，否则，由此造成的一切后果由本人承担；
2. 本人申请表格所填内容正确无误，所提交的身份证明文件和照片真实有效。如有虚假，将承担法律责任。

申请人签名：

____年___月___日

不满16周岁的申请人办理申请时，须由监护人陪同。监护人须作出如下声明：

本人是申请人的______，依法拥有对申请人的监护权，同意申请人提出申请，本人的居民身份证号码：

声明人签名：

____年___月___日

申请编号条形码

② 签证的程序。办理外国签证，无论采取哪一种方式，是委托代办，还是自己直接办理，一般需要经过下列几个程序。

第一步：递交有效的护照。

第二步：递交与申请事由相关的各种证件，例如有关自己出生、婚姻状况、学历、工作经历等的证明。

第三步：填写并递交签证申请表格。签证不同，表格也不同，多数要用外文填写，同时提供本人照片。

第四步：前往国驻该国大使馆或领事馆官员会见。有的国家规定，凡移民申请者必须面谈后才能决定；也有的国家规定，申请非移民签证也必须面谈。

第五步：大使馆或领事馆将填妥的各种签证申请表格和必要的证明材料，呈报国内主管部



门审查批准。有少数国家的大使馆或领事馆有权直接发给签证，但仍必须转报国内备案。

第六步：前往国家的主管部门进行必要的审核后，将审批意见通知驻该国大使馆或领事馆。如果同意，即发给签证；如果拒绝，也会通知申请者(对于拒签，大使馆或领事馆方面也是不退签证费的)。

第七步：缴纳签证费用。一般来说，递交签证申请的时候就要先缴纳费用，也有个别国家是在签证申请成功的时候才收取费用。一般来说，移民签证费用略高，非移民签证费用略低，也有些国家和地区的签证是免费的。



相关链接 4–1

美国在中国的使馆领区

北京总领事馆(北京领区)：北京市、天津市、河北省、湖北省、河南省、山东省、山西省、陕西省、甘肃省、青海省、内蒙古自治区、新疆维吾尔自治区、江西省、湖南省。

沈阳总领事馆(沈阳领区)：辽宁省、吉林省、黑龙江省。

成都总领事馆(成都领区)：云南省、贵州省、四川省、重庆市、西藏自治区。

广州总领事馆(广州领区)：广东省、广西壮族自治区、福建省、海南省。

上海总领事馆(上海领区)：上海市、江苏省、浙江省、安徽省。

③ 申请签证提供的资料。各个国家大使馆或领事馆对申请签证所需资料是不一样的，有的简单，如东南亚国家，就需要 2 张照片和护照；有的复杂，如在职人员必须提供单位营业执照复印件并加盖公章、在职证明原件等。有的国家不要求和申请人会见，如日本、韩国、澳大利亚及东南亚等国家和地区；有的国家在递交护照等材料的同时必须和申请人见面，如美国；有的只选择与部分申请人会面，如加拿大。各国大使领馆或领事馆的权限也不一样，受理和审批签证的程序各异，所以从受理申请人的签证到正式颁发有效期签证的时间长短也不同。时间长的需要 3 ～ 5 个月，甚至超过半年，或一年以上；时间短的需要几天，如日本是 5 个工作日；或者当时就可以获得签证，如美国。另外，同样是去申请国旅游，有的选择法国签证，有的选择意大利或其他申请国家的签证。旅游签证方面的知识比较复杂，出境组团计调员应该非常熟悉自己所负责区域办理签证所需要的资料。申请美国签证需要提供的材料见范本 4–2。

范本 4–2　美国旅游签证申请人需提供的资料清单

注意：请留意以下材料均须原件，尽可能多地提供有利于您获取签证的材料。

资料类别(申请人)	资料名称(申请人)	份数	资料说明(申请人)
护照	护照	1 份	有效期距回国日期 6 个月以上，护照末页本人亲笔签名。
	以往出入境记录(如有)	数份	以往使用过的旧护照，包括因私 / 公务 / 因公 / 普通 / 一次性旅游护照，对您获取签证非常重要。有美国出入境记录的申请人，如不能提供护照，请提供您曾经获取签证的具体信息、入美国境内时间及在美国停留的时间。



续表

资料类别(申请人)	资料名称(申请人)	份数	资料说明(申请人)
照片	签证申请照片	1张	2英寸×2英寸，白底，请随申请表提供一份数码照片，在面签时提供一份打印照片，照片细节要求请参照此表的相关说明。
	家庭合影照片	数张	半年内的家庭成员合影生活照。
	在国外以标志性建筑为背景拍摄的照片	数张	所有到过的国家，每个国家提供1张或2张。
个人身份证明	身份证	1份	有效期内的身份证原件。
	户口簿	1份	须提供家庭主要成员的户口簿，不论家庭主要成员是否在同一个户口簿上；未满18周岁的申请人要求同家人在一个户口簿上，如果不是，请提供亲属关系公证。
	结婚证	1份	已婚人士请一定提供。
	毕业证/学生证	1份	需提供最高学历的毕业证书；未满18周岁的申请人，请提供学生证，如未满入学年龄者则不需提供。
	能证明本人身份的职业证书、荣誉证书或照片	数份	包括会计资格证、医师证、工程师证、律师证、警官证、法官证、教授职称证书、人大代表证等；人大或政协会议照片、荣誉证书等(党政机关工作人员请特别重视此部分资料的准备)。
个人工作证明	营业执照或机构代码证	1份	2选1，复印件上必须加盖公章；如是单位法人，请带营业执照副本原件。
	公司税单、资金往来凭证、公司宣传资料等	数份	能说明公司经营规模、状况等材料，尤其是单位法人需注意该部分的资料准备。
	单位证明，包含在职证明、准假证明和单位担保	4份	具体格式请来电索取，或提供4份带有单位正规抬头、加盖公章及领导签名(信纸的右下角)的空白信纸(开立证明日期需提前1周以上，且不能是周末)；未满18周岁的申请人需提供父母双方的工作及收入证明。
	名片或工作证	4张	请一定提供；未满18周岁的申请人需提供父母双方的名片和工作证件。
	在读证明	1份	未满18周岁的申请人的在读情况及准假证明；如未满入学年龄者则不需提供。
个人工作证明	退休证	1份	退休人员只需提供退休证，个人工作证明类其他材料均不需提供；退休证要有退休单位名称、退休时间及退休金金额。



续表

资料类别(申请人)	资料名称(申请人)	份数	资料说明(申请人)
个人资产证明	房产证、购买合同	数份	本人、配偶名下的均可，房产证需原件，如是合同需提供合同原件及购房发票。
	存折、账户等的交易记录	数份	本人、配偶名下的存折、账户等定期、活期类别近半年的银行交易记录、信用卡账单等。
	工资存折、工资单、个人所得税单	数份	本人、配偶名下均可，越多越好。
	汽车行驶证	数份	本人、配偶名下的，或者是单位配车的均可；也可用车辆登记证。
	其他资产证明	数份	如股权证或其他有价证券(股票、国库券等)。
	注意：未满 18 周岁的申请人，请提供父母名下的资金和资产证明原件，包括以上各个类别。		

2. 边境管理区通行证

在中国的出境旅游范围内，除了到国外的内地旅游之外，还有一个地方就是外国的边境地区，即在位于两国的边境或者两国的交界地区旅游。例如，中朝、中越、中缅、中俄等的边境地区。为了方便边境旅游，中国政府实行了边防通行证制度。边境管理区通行证(以下简称“通行证”)如图 4.2 所示。

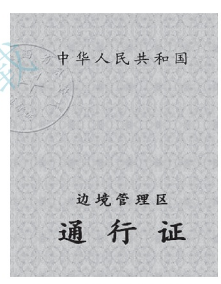


图 4.2　边境管理区通行证

随着旅游目的地国家或地区的不断开放，护照的作用越来越大，但边防通行证制度至今仍在一些边贸或边界地区使用。通行证通常是根据团队需要，由组团社开具证明，到本人户口所在地的公安局开具证明，办理手续；贴上一张 2 寸免冠照片，到了边境地区与本人的身份证一起在边境地区使用。这样同样可进出国外的领土范围，从而完成边境旅游或边境贸易活动。

4.1.2　各国(地区)出入海关基本常识

1. 熟悉入关携带个人自用物品的规定

对于个人自用的生活用品，欧美国家一般没有限制，都准予入境。其中，对于入境旅客所携带的美元或其他外币(包括旅行支票)，一般都准予入境，但旅客应该如实申报。在进入某国口岸之前，国际航班的服务人员一般会发给每位旅客一份入境时通关用的海关申



报单。旅客应该如实申报，包括随身携带的外汇及支票。对于入境携带的礼品，超过一定限额的，海关要收税。例如，到美国，礼品价值超过50美元即要收税。

2. 明确各国(地区)禁止入境的物品

世界各国海关一般都严禁致瘾、致幻物品及其原料入境；大部分国家(地区)，特别是世界野生动物保护组织的参加国对于动物制品(如象牙制品、毛皮制品等)都有不同程度的限制。美国等西方各国海关禁止从象牙产地国进口象牙或象牙制品，也禁止进口虎、豹等濒危动物的毛、皮、骨制品等。美国、英国、日本等国禁止旅客入境时携带新鲜的水果、蔬菜或未经处理的肉类。以色列对于反犹太教和损毁犹太民族感情的物品、印刷品等有严格的限制。

3. 各国(地区)入出境手续

各个国家(地区)对入出境旅客均实行严格的检查手续。办理这些手续的部门一般设在口岸和旅客入出境地点，如机场、车站、码头等。入出境手续包括以下几个方面。

(1) 边防检查。

很多国家(地区)的边防检查由移民局(外侨警察局)负责。入出境者要填写入出境登记卡片(有时由航空公司代发卡片，可提前填写)，交验护照和签证。卡片的内容有姓名、性别、出生年月、国籍、民族、婚否、护照种类和号码、签证种类和号码、有效期限、入境口岸、日期、逗留期限等。护照、签证验毕加盖入出境验讫章。

(2) 海关检查。

海关检查人员一般仅询问是否有需申报的物品，但有的国家(地区)要入出境者填写携带物品申报单。海关有权检查入出境者所携带行李物品，有的海关对个人日用品、衣物等的检查不是十分严格，对持外交护照者可以免验。各国对入出境物品管理规定不一，烟、酒、香水等物品常常按限额放行。文物、武器、当地货币、毒品、动植物等为违禁品，非经允许，不得入出国境。有些国家(地区)还要求填写外币申报单，出境时还要核查。

(3) 安全检查。

近年来，由于劫持飞机事件时有发生，因此很多国家(地区)对登机的旅客采取安全检查措施越来越普遍，手续也日趋严格，主要是禁止携带武器、凶器、爆炸物、剧毒物等。检查方式包括安全门检查、用磁性探测器近身检查、检查手提包、搜身等。我国也实行国际上通用的安全检查方法。安全检查往往根据当时的局势、国际的状况及其他方面的各种因素而定，所以有时较严，有时较松。

(4) 卫生检疫。

入关时一般需要进行卫生检疫，交验黄皮书。目前，很多国家(地区)对来往某些国家(地区)的旅客，免验黄皮书；但对发生疫情的地区，则检查特别严格；对未进行必要接种的旅客，则会采取隔离、强制接种等措施。



4.1.3　其他知识

1. 各国 (地区)汇率和货币知识

(1) 汇率。

汇率是人民币与美元或其他国家(地区)主要流通货币之间不断变化而产生的比率。出境组团计调要学会利用汇率来扩大自己的利润。例如，某团在出发前已经核算好了价格和确认了汇率，一旦团队结束，汇率升高或者降低就会造成结算价格的变动，很可能为己方造成损失。利用汇率换算出对方的接待价格，对比解析实际接待成本及对方利润点、可能产生的边际效益是计调员对团队成本控制的一种重要手段。例如，出境组团计调组一个团到境外去旅游，在组团时，与对方确定的接待费为 10 000 元 / 人，而出行当天，接待国币种升值了 3%，则组团成本明显加大，接待费为 10 300 元 / 人，此时，应采取延缓支出以求平衡。当接待国的币种汇率下降或人民币升值时，应该赶快汇款，这样可以控制支出费用，起到节约成本、扩大利润的作用。

目前，全世界有 150 多个国家(地区)的货币，其中大约有 30 种货币属于交易活跃的货币。单以这 30 种货币来说，每一种货币对其他货币共有 29 种汇率，就会有 435 种不同汇率。汇率的确定方法随国际货币制度的变化而不断变化。


相关链接 4–2

中国银行外汇牌价表

中国银行外汇牌价表会随时更新，现以 2018 年 3 月 11 日 05:30:00 发布的为准，见表 4-1。

表 4–1　中国银行外汇牌价表

单位：人民币 /100 外币

货币名称	现汇买入价	现钞买入价	现汇卖出价	现钞卖出价	中行折算价
澳大利亚元	495.53	480.13	499.17	500.27	494.11
欧元	776.9	752.76	782.63	784.19	780.89
英镑	874.32	847.16	880.76	882.69	876.03
港元	80.67	80.03	80.99	80.99	80.92
日元	5.911 8	5.728 2	5.955 3	5.955 3	5.964 1
韩国元	0.592 1	0.571 3	0.596 9	0.6186	0.5926
澳门元	78.44	75.81	78.75	81.28	78.7
卢布	11.14	10.45	11.22	11.65	11.12
新加坡元	479.59	464.79	482.95	484.16	481.56
泰国铢	20.15	19.53	20.31	20.93	20.23
新台币	—	20.89	—	22.52	21.65
美元	632.21	627.07	634.89	634.89	634.51



(2) 货币符号。

货币符号是一种常被用来作为货币名称的图像速记符号。一般每个国家都有自己的货币，有些地区也有自己的货币。例如，人民币的表示符号是“¥”，但为了区别于货币符号同样是“¥”的日元，人民币的符号可写为“RMB¥”。部分国家和地区的货币符号见表4–2。

表4–2　部分国家和地区的货币符号

国家(地区)	货币名称(中文)	货币名称(英文)	标准符号
中国香港	港元	HongKong Dollars	HKD
中国澳门	澳门元	Macao Pataca	MOP
中国台湾	新台币	New Taiwan Dollar	TWD
中国	人民币元	Renminbi Yuan	CNY
韩国	韩元	South-Korean Won	KRW
日本	日元	Japanese Yen	JPY
马来西亚	马元	Malaysian Ringgit	MYR
新加坡	新加坡元	Singapore Dollar	SGD
泰国	泰铢	Thai Baht(Thai Tical)	THP
欧洲货币联盟	欧元	Euro	EUR
俄罗斯	卢布	Russian Ruble(or Rouble)	SUR
瑞士	瑞士法郎	Swiss Franc	CHF
英国	英镑	Pound，Sterling	GBP
加拿大	加元	Canadian Dollar	CAD
美国	美元	U.S.Dollar	USD
澳大利亚	澳大利亚元	Australian Dollar	AUD
新西兰	新西兰元	New Zealand Dollar	NZD

2. 地图知识

出境组团计调员要掌握目的地国家(地区)的地图知识，掌握本社经营线路所覆盖地区行政区划图、交通图、旅游景点导游图。让游客对所游览国家(地区)的地理位置、区域构成、游览线路有一个整体的了解。

3. 时区知识

时区是地球上的区域使用同一个时间定义。地球总是自西向东自转，东边总比西边先看到太阳，东边的时间也总比西边的早。东边时刻与西边时刻的差值不仅要以时计，还要以分和秒来计算，这给人们的日常生活和工作都带来了许多不便。为了克服时间上的混乱，1884年在华盛顿召开的国际经度会议决定将全球划分为24个时区，它们是中时区(零时区)、东1～12区、西1～12区。每个时区横跨经度15°，时间正好是1小时。最后

的东、西第 12 区各跨经度 7.5°，以东、西经 180° 为界。每个时区的中央经线上的时间就是这个时区内统一采用的时间，称为区时，并且规定相邻区域的时间相差 1 小时。当人们跨过一个区域，就将自己的时钟校正 1 小时(向西减 1 小时，向东加 1 小时)，跨过几个区域就加或减几小时。

例如，中国东 8 区的时间总比泰国东 7 区的时间早 1 小时，而比日本东 9 区的时间晚 1 小时。美国东部与中国有 13 小时的时差；美国中部与中国有 14 小时的时差；美国落基山时区与中国有 15 小时的时差；美国西部太平洋时区与中国有 16 小时的时差；美国夏威夷与中国有 18 小时的时差。世界主要城市与北京时间的时差见表 4–3。因此，出国旅行的人，必须随时调整自己的手表，才能和当地时间相一致。凡向西走，每过一个时区，就要把表拨慢 1 小时；凡向东走，每过一个时区，就要把表拨快 1 小时，并且规定英国格林尼治天文台旧址为本初子午线，即零时(24 时)经线。

表 4–3　世界主要城市与北京时间的时差

国名	城市	与北京时差(小时)	国名	城市	与北京时差(小时)
美国	旧金山	–16	德国	柏林	–7
墨西哥	墨西哥城	–15	埃及	开罗	–6
美国	纽约	–13	俄罗斯	莫斯科	–5
法国	巴黎	–8	朝鲜	平壤	+1
英国	伦敦	–8	日本	东京	+1
意大利	罗马	–7	澳大利亚	悉尼	+2

4. 旅游资源和景区知识

出境组团计调员应该十分熟悉目的地国家主要的旅游资源的基本情况，如该国有哪些自然旅游资源，有哪些人文旅游资源，它们的分布情况如何，各个旅游景区之间的距离有多远，主要旅游景区的特色是什么，游客喜欢国外的哪些景区，每个景区游览时间大约是多长，门票是多少，有哪些优惠政策。出境组团计调只有熟悉了这些旅游资源的基本情况，才能设计出令游客满意的旅游线路。

5. 宗教与风俗习惯

出境组团计调员一定要熟悉目的地国家的一些宗教和风俗习惯，还需要掌握一些国家的禁忌，例如，去泰国之前一定要清楚这些习俗：进入寺庙要脱鞋，女士见到僧侣要避让，游览大皇宫的女士不能穿短裙和凉鞋。有不良卫生习惯的人千万要当心，在新加坡街头随地吐痰、乱扔废物，会有高额的罚款。在制定出团通知书时，一定要明确这些风俗习惯，提前告知游客，让他们记住这些禁忌。

6. 酒店和餐厅知识

出境组团计调员应尽量选择价格优惠、服务质量较高、安全有保障的酒店或餐厅；同

时，应该熟悉入住酒店、餐厅的服务设施，并在出团通知书中将游客需要注意的事项注明，防止由于地域设施不同，给游客带来麻烦。例如，日本及欧美的电压为110伏而我国的电压为220伏，且欧美的插头型号与我国不同，因此，出境组团计调员应当在出团通知书中注明建议自行购买电压转换器。

【任务实训】

绘制目的地国家政区图

▶ 实训目的

了解境外目的地国家城市分布情况及旅游景点的分布情况。

▶ 实训内容

任选国外一个目的地国家，绘制出该国家的政区示意图，并在政区图上标出该国的著名城市和主要旅游景点。

▶ 实训步骤

第一步：教师将班上的学生分成5个小组，分别代表亚洲、美洲、欧洲、非洲和大洋洲。

第二步：学生在网上收集各个国家的政区图，每个小组选择1个或2个国家作为实训目标。

第三步：小组实行分工合作，分别负责绘制政区示意图，找著名城市、著名旅游景点。

▶ 实训成果

教师和学生一起归纳总结，每小组提交一份目的地国家政区示意图。

【任务完成】

通过对本任务的学习，学生掌握了出境旅游需要办理的各种证件和通关手续，明确了出境组团计调应该储备汇率、货币、时差、地图、酒店、景点、交通等各种知识，为设计出境旅游线路与报价、旅游服务的采购、团队操作打下良好的基础。

任务4.2　出境旅游线路的开发与报价

【任务导入】

▶ 案例介绍

2016年9月16日，王先生准备一家三口在国庆节前后去岘港旅游。王先生在微信上



向某旅行社服务网点的工作人员小钟咨询线路和价格。小钟马上发了多条行程及多种报价给王先生，王先生选择了比较适合他们一家的行程，也同意这个报价。两天后，王先生又在微信上问了一些关于行程的问题，他们非常有意愿去，但是还在考虑之中。9 月 19 日下午 15:00，他们终于决定要走自己选好的行程。得到王先生确认后，小钟马上与专线确认，专线通知在 14:30 王先生选定的行程涨价 300 元。当小钟把涨价的消息告知王先生后，王先生非常生气，也不愿意多给 300 元。后来小钟向王先生耐心解释，王先生同意加 100 元。

（资料来源：作者根据学生在旅行社顶岗实习期间的真实案例编写。）

▶ 问题

在本案例中，小钟的处理方法是否有不当之处？今后应该吸取哪些教训？

▶ 案例解析

在本案例中，小钟的工作做得比较到位，王先生咨询后，小钟马上提供了多条行程和多种报价供其选择。等到王先生确认之后，小钟马上就向专线确认，得知价格上涨之后，又第一时间与王先生沟通，王先生有不满情绪时，又做耐心的解释工作。

小钟今后应该吸取的教训是：今后遇到类似的情况，一是应该让游客尽快确认，告知游客专线价格随时会发生变化，让游客有心理准备接受价格的变化；二是对于游客有意向走的行程，一定要随时关注价格变化，与专线一直保持联系，并且告知专线要预留位置。

【任务分析】

本任务主要内容涉及境外旅游线路的开发与报价两个方面的知识。出境组团计调需要掌握出境旅游产品开发优先考虑的因素、出境旅游线路的开发要求、开发流程、线路构成、开发类型等知识，以及出境旅游线路的价格构成及报价方法。

4.2.1　出境旅游产品开发优先考虑的因素

1. 了解旅游目的地国的签证状况

在开发出境旅游产品时，出境组团计调员一定要了解该国的签证情况。明确目的地国家的签证政策是否稳定，办理签证的时间是否固定，出签率是否较高等情况。因为以上因素都将直接影响旅游线路产品的收客量和成团率。如果签证政策不稳定，出签率很低，将会影响该产品的收客量和成团率。

2. 了解旅游目的国的航线是否具备条件

对于出境旅游来讲，策划设计旅游线路产品时在一定程度上受航空公司的限制比较大。航空交通是决定性因素，交通条件将直接决定策划设计的旅游线路产品能否推向市场。出境组团计调员应掌握去往旅游目的地国家或者地区的航线密度情况，了解航线对旅游团队的价格政策，与相关航空公司保持长期和谐的合作关系。可以通过航空公司官



网(如国航、南航、东航等)，综合在线旅游代理[如携程、艺龙旅行网(后文简称“艺龙”)、芒果网(后文简称“芒果”)等]，机票比价平台[如去哪儿、酷讯旅游网(后文简称“酷讯”)等]等渠道进行国际航班查询。

3. 了解旅游目的地国家的旅游旺季和会展高峰期

目前，我国游客钟爱的目的地国家或地区往往是国际知名度较高的旅游地区，每当遇到旅游旺季或会展高峰，旅游目的地国家或者地区的住宿、用餐、用车等方面非常紧张，此时的旅游接待安排比较困难，即使安排，也难以保证接待质量，这将在一定程度上影响游客的旅游感受和体验。中国出发的国际机票价格有很强的季节性规律，其中 1 月、8 月是价格的高峰，5 月、6 月、11 月、12 月是价格的低谷。出境组团计调在进行出境产品开发时尽量避开境外的旅游旺季和会展高峰。

4.2.2 出境旅游产品开发的要求

出境旅游产品的开发，主要是根据客源地旅游者对出境旅游产品和地区的需求，并针对他们的需求，结合旅游目的地国家或地区的旅游资源的分布，以及本地接待社的旅游产品，综合制定出符合旅游市场的旅游产品。具体有以下几个方面的要求。

1. 具有安全保障，能保证游客在境外的人身财产安全

在旅游活动中，保障安全是旅游者最基本的要求。在旅游安全没有保障的情况下，再精彩的游览活动也不能激发旅游者的兴趣。只有那些能够确保旅游者人身、财产安全的旅游线路，才能让旅游者放心游玩，才是有市场活力的旅游线路。

2. 符合国家法律法规、部门规章、国家或行业标准的要求

《旅行社条例》(2017 修订)第二十六条规定：旅行社为旅游者安排或者介绍的旅游活动不得含有违反有关法律、法规规定的内容。这是关于旅行社安排或者介绍的旅游活动的禁止性义务。设计的出境旅游线路一定要符合相关国家的法律法规、部门规章、国家或行业标准要求。

3. 正常情况下能确保全面履约，发生意外情况时有应急对策

由于出境旅游产品具有很强的预约性，一般要提前较长时间预订。但是，由于旅游产品的易受影响性，任何一个部门和因素发生变化，都会引起旅游需求的变化，诸如战争、政治动乱、国际关系、政府政策、经济状况、汇率变化、贸易关系及地缘文化等社会因素，以及地震、台风、海啸等自然因素，其中任何一项因素发生变化，都会引起旅游需求的变化，从而影响旅行社产品的生产和消费。因此，在设计旅游产品时，应该考虑这些因素，保证在正常情况下能确保旅游合同全面履约，发生意外时有应对策略。

4. 满足不同消费档次、不同品位的市场需求，可供不同的旅游者选择

开发出境旅游产品，首先要对不同消费档次的潜在旅游者进行调研，根据他们的偏



好、经济情况、时间等要素设计不同档次、不同品位的出境旅游产品，满足不同消费者的旅游需求。世界上很多著名国家及旅游城市之所以吸引游人前往，主要是因为其民族风格、风俗习惯及宗教信仰的独特魅力，留在历史长河中的谜团和充满神秘的名胜古迹，如印度的佛教、埃及的金字塔、南非的好望角、中东的耶路撒冷、欧洲的古堡与风情等。但这些产品不是适合所有的人群，所以，出境组团计调员一定要针对不同的群体来设计不同的旅游产品。

5. 选择的地区对旅游者有吸引力

出境组团计调员应该十分熟悉目的地国家(地区)主要旅游资源的基本情况，如该国(地区)有哪些自然旅游资源，有哪些人文旅游资源，它们的分布情况怎样，各个旅游景区之间的距离有多远，主要旅游景区的特色是什么，游客喜欢哪些景区，每个景区大约需要几个小时游览时间，门票是多少，有哪些优惠政策等。出境组团计调员只有熟悉了这些旅游资源的基本情况，才能设计出令游客满意的旅游线路。

由于可出境旅游的地区太多，我们一定要仔细分析游客的需求，然后对境外目的地进行筛选，选择旅游者最感兴趣的，对旅游者吸引力最大的目的地。

4.2.3 出境旅游产品的开发流程

1. 进行市场调研

(1) 对客源市场进行调研。为了使旅行社出境旅游线路产品更好地满足出境游客的需求，出境组团计调员要广泛进行客源市场的调研。对游客的旅游目的、出游目的地、出发口岸、航班时间、旅游接待标准、价格心理预期、旅游方式、旅游要求等做出调研结果，为最终策划设计出满足游客心理和消费需求、既保证“质”(品质)又保证“量”(收客量)的出境产品提供客观依据。

(2) 对目的地进行调研。出境旅游线路的开发首先要分析境外目的地在本地市场是否具有开发潜力。出境组团社应优先选择符合本地旅游者消费水平和消费习惯的旅游产品进行开发。从目前来看，海岛旅游仍是游客选择的热点，最热门岛屿仍为普吉岛、巴厘岛。例如，四川的游客喜欢到美国、欧洲、东南亚、日韩、中国港澳台等地旅游，四川很多家出境组团社、旅行社都开发了美国出境旅游线路、欧洲出境旅游线路、东南亚旅游线路、日韩旅游线路、中国港澳地区旅游线路等。

(3) 了解竞争对手产品的开发情况。所谓“知己知彼”，才能“百战不殆”。策划产品时，首先从了解本地竞争对手出境游线路的做法开始。如果旅行社要开发澳大利亚的旅游产品，就要先了解目前我国做澳大利亚旅游产品的地区有哪些，主要是哪些旅行社在操作，它们开发了哪些产品，这些产品在市场上的销量如何、是否有特色，然后研究本旅行社应该如何开发澳大利亚旅游产品。

2. 了解旅游目的地城市的基本概况

设计出境旅游产品，一定要清楚目的地国家有哪些主要城市，这些城市分布有哪些景



区，客源地游客喜欢该国的哪些城市和哪些景点，它们之间的地理位置关系等。了解这些情况之后，在设计行程上尽量不走重复的路。例如，有些旅行社开发的泰国旅游产品，为了购物往往重复走路，行程紧张，游客劳累，体验感差，也容易堵车误机，引发投诉。如果选择泰国作为目的地，首先要了解曼谷的基本情况。曼谷有两个机场，北部是曼谷的廊曼国际机场，是泰国境内航线及包机、廉价公司所用机场。北部主要有大城府皇宫和大城遗址以及邦芭茵夏宫、三保皇庙等景点。东部是素万那普国际机场，一般都是正规的国际航线的机场。而购物店也在曼谷的东部，邻近素万那普国际机场。曼谷市区的主要景点如大皇宫、玉佛寺、卧佛寺、郑王庙都在西部(即湄南河两岸)，西部还有3个郊区景点，如桂河、安帕瓦水上市场、梅哥隆火车交易市场；西南角有华欣宫殿和景区；芭堤雅在曼谷的南部，主要景区有龙虎园、东芭乐园和皇家狩猎场等；还有众多海岛，如金沙岛、沙美岛、皇后岛等。

3. 根据游客对象和游览天数精选旅游景点

每个国家可选的景点都很多，由于时间的限制，不可能一应俱全，因此一定要精选各个城市的景点，要抓住重点，精选游客喜欢的景点，合理设计行程，不要安排过多的购物活动和自费项目，不与我国实行的《旅游法》产生冲突。例如，对于日本景点的选择，如果是年轻人，可以轻松、欢快的自然景观为主，例如北海道，可以安排电影《非诚勿扰》的拍摄地阿寒湖，以及鲜花盛开的富良野；老人团可以采取北海道绕圈游，由札幌进，加游小蹲，看看阿寒湖，逛逛富良野，从旭川乘机返回；如果游本州，年轻人或带孩子的可以增加迪士尼乐园景点。如果是购物团，建议大阪进，东京返，在秋叶原和大雅逛逛免税店；如果是日本北海道 + 本州东京大阪 + 冲绳岛全境游，最好的安排是先北海道，后本州，再冲绳。北海道的景点，东部以电影《非诚勿扰》的拍摄地阿寒湖为主，北部以空中花园的富良野为主，西部以魅力城市小樽为主，南部以海港都市夜景函馆为主，这就需要根据客户群体的需求、景点的特色和特征、路程距离远近，以及可操作性选择编排行程中的景点，这是产品策划人必须首先考虑的。

又如，在设计泰国的旅游行程时，有些旅行社为了安排购物不停地重复走路，境外导游经常因为堵车临时调整行程。所以，中国游客去泰国旅游，时间对他们而言特别宝贵，一旦因为堵车或购物影响了正常行程，极易造成游客的不满和投诉。

4. 突出亮点，行程描述简单醒目

好产品必有好亮点，亮点就是广告语，如日本旅游产品的广告语主要有“大约在冬季北海道”“樱花国度富士山”“邂逅在冲绳”“京都逸事”等。很多旅行社在策划出境旅游线路时，行程语言文案的描述过于渲染，仿佛导游词介绍，不仅占满了文字，还没抓住重点，游客难懂其意且对线路、时间也不清楚。好产品应该语言简洁、行程清晰、亮点突出。策划设计旅游产品时应以旅游为主，适时安排购物，劳逸结合，因人而异，把旅游六大元素安排得更加和谐。



5. 精心设计和包装行程单

最终的产品定稿要体现在行程单的包装和设计上，因为第一印象很重要。如果行程单的受众群体是游客，那么让游客看懂行程单尤为重要。

① 设计排版要清晰。这是给游客的第一印象，排版清晰，主题鲜明，就能抓住游客的眼球，游客才有兴趣往下读。

② 文字撰写要简洁。行程单不是导游词，要简洁明了，不需要洋洋洒洒、妙语连珠的描述，我们换位思考一下，当你作为游客去读一份犹如散文或小说的行程单时你的心情会如何？简洁明确，该介绍的一定要介绍，该突出的一定要突出，这样才会受到游客的欢迎。

③ 纸张要少，亮点要明。在游客出行之前唯一的传递渠道便是行程单，因此，我们要将每一天的游览亮点用最精练的语言呈现在行程单中，践行真正实现让游客“未出行，先兴奋”的宗旨。

④ 看图旅游，游客踏实。游客报名时，一般对旅游目的地的游览位置缺乏概念，如果配一张游览图，就会让游客对旅游目的地产生更多的期待和了解，获得立体的感受，这种做法很受游客欢迎。

4.2.4　出境旅游线路的构成

1. 线路名称

出境线路的名称，是线路的性质、大致内容和设计思路等方面的高度概括。因此，确定线路名称应考虑各方面的因素，并力求体现简约、突出主题、时代感强、富有吸引力等原则。出境旅游线路的名称一般由游览目的地国家或地区的主要城市、交通工具、时间、线路性质及游览天数构成。例如，“深圳直飞巴厘岛梦之旅钻石五星蜜月 5 日半自助游”这一线路名称表示了游览的主要目的地是巴厘岛(图 4.3)，交通工具是飞机，时间是 5 天，线路性质是半自助游。又如，“韩国首尔济州全景冬季滑雪四飞 6 日品质游”表明主要游览景点是韩国首尔、济州，交通工具是飞机，时间是 6 天，路线性质是品质游。



图 4.3　巴厘岛风光



2. 行程特色

行程特色是旅游线路的亮点和卖点，一定要突出你所设计的旅游线路的特色，即与其他旅游线路相比的优势是什么，在哪些方面有特色。目前旅游业竞争十分激烈，很多旅行社在设计线路时很注重突出行程特色。例如，台湾宝岛8日游的行程特色是：①全程四花酒店住宿(赠送两晚五花酒店)，并安排各式台湾美食风味；②全程豪华空调旅游巴士；③适当安排具有台湾特色的购物点，皆为通过台湾质量保障协会认证的商店，绝不强迫游客购买，尊重游客的消费意愿；④日月潭、台北故宫博物院、阿里山、太鲁阁国家公园、台北孙中山纪念馆等台湾特色的景点，我们一一为您呈现！又如，成都直飞马尔代夫双鱼岛(图4.4)4晚6天的行程特色是：①精选岛屿，岛上的风景很好，岛上设施比较完善，房型、餐厅选择比较多；②精选自由行，休闲舒适，行程根据个人意愿随意安排。



图4.4　马尔代夫双鱼岛

3. 行程安排

行程安排就是把游客从出发地到返回出发地之间的每天的交通、住宿、用餐、游览景点、娱乐项目、购物活动等做好详细安排，保证每天的旅游活动能够正常进行。其格式见范本4–3。

范本4–3　皇家加勒比邮轮“海洋航行者号”釜山+济州岛5日游行程安排表

第1天：上海—皇家加勒比邮轮。晚餐：邮轮上。住宿：邮轮。

晚上自行前往上海码头，在领队的协助下办理手续登上皇家加勒比邮轮公司旗下航行者系列豪华邮轮——海洋航行者号(预计开始办理登船手续时间为12:00)。18:00邮轮启航。

第2天：皇家加勒比邮轮(海上巡游)。早、午、晚餐：邮轮上。住宿：邮轮。

今天迎来全天的海上巡游，让轻松舒适来开启您的邮轮之旅。早餐后，您可以根据船上娱乐指南的安排，选择您感兴趣的游戏或课程。当然您也可以悠闲地躺在泳池畔的躺椅上，静静地享受此刻的碧海蓝天。



续表

稍做休息后，建议您充分享受船上的休闲娱乐设施来度过愉快的下午。您可以选择去图书馆静静地读一本好书，或者参加双人 Cha Cha Cha 舞蹈课程，抑或到免税店去挑选自己喜欢的物品……总之，丰富多彩的娱乐项目会让您惊喜不断。玩累了，可以到自助餐厅喝下午茶休息一下。 一定不要错过晚餐后剧院精彩绝伦的歌舞表演秀，如果您受到感染意犹未尽，可以到船上的酒吧、舞厅一展身手！ 第 3 天：皇家加勒比邮轮(韩国釜山)。早、午、晚餐：邮轮上。住宿：邮轮。 当地时间 7:00，邮轮抵达釜山。您可以在导游的带领下，参加“釜山岸上观光线路”。当地时间 18:00，邮轮离港，继续海上航行。请您至少提前 1 个小时返回邮轮，以免误船。 第 4 天：皇家加勒比邮轮(韩国济州岛)。早、午、晚餐：邮轮上。住宿：邮轮。 当地时间 6:00，邮轮抵达济州岛。您可以在导游的带领下，参加“济州岛岸上观光线路”。当地时间 13:00，邮轮离港，继续海上航行。请您至少提前 1 个小时返回邮轮，以免误船。 第 5 天：皇家加勒比邮轮—上海。早餐：邮轮上。 当地时间 7:00，邮轮抵达上海。清晨，迎着微微海风，在甲板上享受一顿丰盛的早餐。今天是告别美丽旅程的日子，您可以凭海临风，看着邮轮缓缓驶入上海港，熟悉的风景一一重现。

4. 报价

报价时一定要注明包含哪些项目、不包含哪些项目，自费项目有哪些，自费项目的价格是多少(成人多少，儿童多少)，儿童的费用包含哪些项目，是否有其他优惠政策等。这些都需要做详细说明。

5. 注意事项

出境旅游，出境组团计调员一定要在旅游线路的最后附上在境外游览时的注意事项，把主要目的地国家或地区游览过程的安全、保险、出入关规定、法律法规、气候、购物、游览、住宿、用餐、风俗习惯、宗教信仰、禁忌等向游客交代清楚。这部分内容非常重要，应以纸质形式发到每位游客手中。

4.2.5　出境旅游线路的开发

具有经营出境旅游资质的旅行社在境外不同的地区开发了很多条旅游线路。按出游方式来分，有散客旅游线路、包团旅游线路、自由行旅游线路、自驾游旅游线路等类型；按交通工具来分，有飞机团旅游线路、火车团旅游线路、邮轮团旅游线路等；按地区来分，有欧洲旅游线路、美洲旅游线路、亚洲旅游线路、大洋洲旅游线路、非洲旅游线路等类型。欧洲旅游最经典的是法国、瑞士、意大利三国 12 日游，还有荷兰、德



国、法国、瑞士、意大利五国15日游等。东欧国家一般是捷克、奥地利、斯洛伐克、匈牙利4国10日游。北欧四国一般连着峡湾。北美洲国家，美国主要分东海岸和西海岸旅游，主要有美国一地14日游，东西海岸夏威夷旅游，美国、加拿大旅游等。南美洲一般是巴西、阿根廷、秘鲁、智利21日游。大洋洲线路一般是澳大利亚一地9日游、澳新12日游、澳新凯13日游。塞舌尔、毛里求斯一般是自由行，但是也会和迪拜、南非等做成连线。南半球以海岛游为主，因此海岛游成为秋、冬季节的火热线路。

(1) 直接采用境外地接社提供的旅游线路。

散拼团旅游线路开发，目前一般都是直接采用境外地接社提供的线路。由于境外地接社对本地的旅游资源、旅游设施更加熟悉，设计的旅游线路具有较强的操作性和实用性。因此，很多组团社就直接采用境外地接社设计好的旅游线路，只是根据游客的要求选择出发地城市到境外目的地城市间的往返大交通工具，把来回的交通工具确定了，旅游线路就基本上确定了。例如，四川省中国青年旅行社出境部提供的美国一地14日游，在境外地接社提供行程的基础上，加上成都—洛杉矶的往返大交通就可以了。又如，梦之旅出境游网站提供的上海—圣彼得堡—莫斯科超值7日游，就是典型的散客旅游线路。该线路一般由境外地接社提供，组团社计调员在该线路的基础上加上出发地城市与境外目的地城市间的往返大交通就可以了。

(2) 适当修改地接社提供的旅游线路。

组团社对地接社提供的线路基本认可，然后根据游客的要求做一些小的改动，如增加一些旅游景点，或者减少一些购物项目，提高餐标或住宿标准等。例如，北京某旅行社在欧洲接待社提供的德、法、瑞、意四国13日游行程的基础上，把原来的住宿标准提高了，用餐标准提高了，增加了半天的购物时间。又如，马尔代夫岛屿众多，境外地接待社提供的行程一般是6天4晚的行程，但是由于岛上房型类型很多，因此，组团社会根据游客的要求修改一些行程内容，如住宿在不同的岛屿，会重新选择房型［沙屋、水屋、日落(出)沙屋、日落(出)水屋］。

(3) 重新设计旅游线路。

目前要求独立成团的游客比较多。独立成团一般都不会采用现成的旅游线路，旅行社将根据游客的要求重新设计个性化的旅游线路。出境组团计调就要认真研究游客的需求，与境外地接社共同开发能满足游客需求的旅游线路，即重新为游客设计旅游线路。重新设计旅游线路的流程与境外地接社开发旅游线路是一样的。四川省中国青年旅行社出境部为17位成都游客重新设计的美国西海岸+夏威夷独立成团10日游，旅游线路见范本4-4。



范本 4–4　美国西海岸＋夏威夷独立成团 10 日游

一、行程安排

第 1 天：成都—东京，参考航班 NH948 CTUNRT(0930/1520)；东京—夏威夷，参考航班 NH1052 NRTHNL(2130/0930)。含午餐、晚餐。住宿：夏威夷。

今日集合于成都双流国际机场，乘机经东京转机，飞往世界著名的度假胜地——檀香山。夏威夷州于 1959 年 8 月 21 日成为美国第 50 个州，由夏威夷群岛组成，位于北太平洋中，距离美国本土 3 700 千米，总面积 16 633 平方千米，属于太平洋沿岸地区，首府为火奴鲁鲁(檀香山)。抵达后进行“市区观光＋珍珠港”游览(约 2 小时)。首先前往建筑外观相当典雅的、美国领土上唯一的皇宫遗址依拉奥尼皇宫(外观)、披着金黄色外袍的卡美哈美哈一世国王铜像、夏威夷近代政治权力的象征州议会(外观)、被浓密树荫包围的白色建筑物夏威夷州长官邸(外观)、市政厅(外观)；参观举世闻名的珍珠港，美国太平洋舰队总部所在地，前往港中央亚利桑那纪念馆凭吊被日军炸沉的“亚利桑那号”战舰遗骸及 1 000 多名阵亡将士纪念碑。晚餐后送回酒店休息。

第 2 天：夏威夷。含午餐、晚餐。住宿：夏威夷。

早餐后进行“小环岛精华游”(约 2.5 小时)：游览钻石头山(途经)、高级住宅区(途经)、欧胡岛有名的海滩之一——恐龙湾、喷泉洞、夏威夷族保护区巴里大风口，海浪、岩岸及沙滩，把岛屿的轮廓雕琢得千变万化，天空的蓝色与光影映照出海面的透明色彩，让海底礁石忽隐忽现，像瞬息万变的万花筒。随后，前往当地珠宝商店和土特产商店，自由选购您心仪的商品，随后入住酒店休息。

第 3 天：夏威夷—拉斯维加斯。含午餐、晚餐。住宿：拉斯维加斯。

早餐后乘机飞往充满魔幻、夜夜笙歌、越夜越美丽的世界最大娱乐中心、最大的赌城——拉斯维加斯。这里是一座从沙漠里建起来的神奇城市，经过 100 多年的发展，如今这里已经成为世界娱乐之都，每年吸引将近 4 000 万游客造访。在这个沙漠环绕的地方，所有的注意力都集中到热闹非凡的拉斯维加斯大道，大道两边有自由女神像、埃菲尔铁塔、沙漠绿洲、摩天大楼、众神雕塑等模型，模型后矗立着美丽豪华的赌场酒店，每一座建筑物都彰显着拉斯维加斯非同一般的繁华。世界上最大的 10 家度假旅馆中，有 9 家在这里，其中最大的就是拥有 5 034 个客房的美高梅大酒店。在拉斯维加斯游览，可以感受到在世界各地旅行的气氛。入夜后，赌城的夜景、五彩霓虹、尖端科技的特效噱头令人赞叹，有世界上最豪华而别致的酒店及享誉全球的精彩表演秀。抵达后，可自费参加“拉斯维加斯夜游”，无论是金殿的人造火山爆发、西泽宫的雕像秀，还是赌城中梦幻迷人的水上芭蕾秀，都能令人获得无限的愉悦与欢畅。如果有时间，您也可在威尼斯酒店外看威尼斯钟楼及水上游船，也可在幻象酒店观赏火山爆发及神奇丛林，或者前往西泽酒店经过奇幻欧洲购物大道去观赏会变幻天空色彩的神奇景观、巨大的欧式喷泉及木马屠城计等景观。

第 4 天：拉斯维加斯。含早、午、晚餐。住宿：拉斯维加斯。

早餐后，前往科罗拉多大峡谷。科罗拉多大峡谷是一处举世闻名的自然奇观，位于美国西部亚利桑那州西北部的凯巴布高原上，大峡谷全长 446 千米，平均宽度 16 千米，最大深度 2 133 米，平均谷深 1 500 米，总面积 2 724 平方千米。由于科罗拉多河穿流其中，故又名科罗拉多大峡谷。您可以从不同角度欣赏阳光和岩壁折射的奇景，其壮观景色无与伦比。科罗拉多大峡谷由几十个

续表

国家公园相连，其中尤以塞昂国家公园、布赖斯国家公园、拱门国家公园和纪念谷等最为著名。您还可以选择自费前往科罗拉多大峡谷国家公园耗资 3 000 万美元建造的悬空透明玻璃观景廊桥大峡谷天空步道 Skywalk 体验，天空步道直接建在科罗拉多河上空 1 200 米的大峡谷的边缘，玻璃步道底部以 454 吨钢梁支撑，能够承受住 72 架波音飞机的质量，能够抵御 80 千米外发生的里氏 8 级地震和最高时速为 160 千米的大风。晚上可自费观看独特的拉斯维加斯表演秀。

第 5 天：拉斯维加斯—洛杉矶。含早、午、晚餐。住宿：洛杉矶。

早餐后，自由活动，下午指定时间集合，之后乘车返回洛杉矶。

第 6 天：洛杉矶。含早、午、晚餐。住宿：洛杉矶。

早餐后前往市内观光(约 1 小时)，首先游览“星光大道”，人行道上镶嵌着超过 2 500 枚五尖水磨石及黄铜的“星星”，代表着对娱乐产业有杰出贡献的人的永恒纪念。接着参观文氏中国戏院(外观)，戏院门前守候着两只巨型石狮，这里是许多传奇影片的首映片场，戏院门前有许多著名影星的手印、脚印。接下来参观举办奥斯卡颁奖典礼的柯达戏院(外观)，耗资 9 000 万美元，拥有 1 300 多个座位，是奥斯卡金像奖颁奖典礼的永久会场。好莱坞的电影几乎离不开教堂的身影，您可参观《修女也疯狂》中的拍摄教堂(外观)。参观好莱坞音乐中心(外观)，它是 20 世纪 20 年代所建的露天音乐剧场，与天然景致结合，是洛杉矶交响乐团夏季演出的固定场所。之后前往好莱坞环球影城(含门票)游览(约 6 小时)，这里是世界上最大的电影、电视制片及电影题材为主的主题公园。影城占地 420 英亩(1 英亩 ≈ 4 046.86 平方米)，于 1912 年成立。乘坐电动游览车参观各个好莱坞拍片工厂：旧金山地震区、洪水区、侏罗纪公园的恐龙区、大白鲨拍摄区、芝加哥大火拍摄区等。参观电影幕后制作及特殊摄影技巧：原本晴朗的天空，忽然电闪雷鸣，倾盆大雨瓢泼而下，特别逼真。游览车还会经过一些如西部小镇、纽约、英国伦敦、德国柏林、罗马古城等电影拍摄场地。在以表演为主的娱乐中心，可观赏其中的水世界。在以著名电影为主题的游乐区，有以火灾为主题的电影《浴火赤子情》现场连火成海的景象，总计运用了 40 种以上的特殊效果，让您在这熊熊烈火中体验炙热的现场感。

第 7 天：洛杉矶。含早、午、晚餐。住宿：洛杉矶。

早餐后，前往参观加利福尼亚州第二大城市圣地亚哥，这里是美国太平洋舰队最大的军港，美国海军第三舰队司令部及所属许多部队的司令部驻扎于此，这里是太平洋海滨城市，是温莎公爵和辛普森夫人的定情地，以及美国共和党全国代表会所在地，也是美国西海岸最大造船商——美国通用动力国家钢铁造船公司的总部所在地。抵达后游览圣地亚哥海港，眺望第一艘钢结构飞行甲板航空母舰——中途岛号航空母舰、战列舰、巡洋舰等，以及美国海军现役最先进动力航空母舰“里根号”等。从圣地亚哥海港码头上船，您可以欣赏到圣地亚哥海港风景，以及停泊在圣地亚哥海港的美国海军第三舰队。接下来登美丽的科罗纳多岛，参观享誉盛名的五星级全木质结构百年酒店——科罗纳多酒店。它是加利福尼亚州古老的酒店之一，也是美国最大的维多利亚风格木质结构建筑，被确定为美国国家历史地标，玛丽莲·梦露曾经在此拍摄外景，大发明家爱迪生曾亲自为它安装电灯。最后参观圣地亚哥老城。坐落在圣地亚哥市中心的圣地亚哥老城是一个美丽而充满乐趣的历史古城，它是加利福尼亚州的诞生地，是西班牙早期殖民地，同时也是第一批欧洲人的定居所。这里有 150 多个商店、屡获殊荣的餐厅、17 个博物馆和历史遗迹。另外，还有免费现场表演、专业剧场、画廊和商店等。之后返回洛杉矶，晚餐后返回酒店休息。

第 8 天：洛杉矶—旧金山。含早、午、晚餐。住宿：旧金山。



续表

早餐后，乘车前往旧金山。抵达后，可以自由游览旧金山夜景。

第 9 天：旧金山—圣何塞—东京。参考航班：NH1075 SJCNRT(1145/1610+1)。含早餐。

早餐后，乘机飞往东京转机，飞越国际日期变更线，日期自动增加一天。

第 10 天：东京—成都。参考航班：NH947 NRTCTU(1715/2300)。

从东京转机飞往成都，结束此次美国之旅。

二、报价：人民币 23 786 元 / 人。

(一)费用包含

1. 国际往返机票及美国境内段机票(经济舱、含机场税)。

2. 行程中所标明的餐食：早餐为酒店内用餐或外送早餐(拉斯维加斯段)，餐标为 5 美元 / 人；午餐为中餐或自助餐(五菜一汤)，餐标为 7 美元 / 人；晚餐为中餐或自助餐(六菜一汤)，餐标为 8 美元 / 人。

3. 行程中所标明的美国酒店(双人标准间)，全程为当地三星酒店。

4. 全程提供巴士，专业驾驶员。

5. 旅行社为游客购买的旅游意外保险。

(二)费用不含

1. 护照费、申请签证中准备相关材料所需的制作费和手续费。

2. 小费 11 美元 / 人 ×10 天 =110 美元 / 人(美国有付小费的规定，请在机场交给领队)。

3. 单房差140 美元 / 人。

4. 交通工具上非免费餐饮费，以及洗衣、理发、电话、饮料、烟酒、付费电视、行李搬运、自由活动期间等私人费用。

5. 出入境的行李海关课税，超重行李的托运费、管理费等。

6. 美国境内段航班行李托运费用。

7. 费用包含中没有列出的部分。

8. 如因航空公司原因，西南城市联运段提前一天出发，出境口岸的住宿费自理。

三、购物说明

(一)指定购物店

1. 美国 DB Vitamin Outlet，地址：1021 S.Glendora Ave，West Covina，CA91790，主要商品有保健品、首饰品、名牌化妆品等，购物时间不少于 60 分钟。

2. 夏威夷 AMW 土特产店，主要商品有 NONI 系列、螺旋藻、虾红素、夏威夷果巧克力，购物时间不少于 60 分钟。

3. 夏威夷珠宝店，主要商品有海洋产品、深水黑珍珠、红珊瑚、绿宝石等，购物时间不少于 60 分钟。

4. 购物说明：以上购物场所及数量仅供参考，根据境外行程游览及时间安排会有适当调整，但全程进店总数不超过 3 家，百货商场、超市、加油站等不作为购物店范围。

(二)自费项目特别说明

1. 自费项目是推荐性活动，每位团员都在“自愿自费”的前提下参加，导游组织自费项目不会带有任何强迫的因素。

2. 自费项目价格仅供参考，实际价格以美国当地为准。

续表

3. 有些推荐项目价格为一定人数以上参加的团队价格，如果人数未达一定数额，具体价格将根据参加的人数而做相应调整或无法成行。 4. 以上所列各项自费项目的价格包含导游费、门票、附加车费及相关预订费、讲解费用。 5. 团员自愿自费参加以上项目，并接受以上价格，请游客参加前慎重考虑，一旦付费，恕不退还(依实际自费人数而定)。 6. 如遇天气、突发状况及不可抗力等因素造成自费项目无法成行，我公司将退还相关费用，敬请谅解！ 四、境外法律法规 1. 美国法律规定，驾驶员每行驶2小时后必须休息20分钟，每天开车时间不得超过9小时，且休息时间在12小时以上。 2. 美国政府规定：公共场合及房间内禁止吸烟！如被查到将会受到当地相关执法部门的重罚，根据各州法律规定的不同，对于罚款金额各有限定，罚款金额500～10 000美元，请游客一定要严格遵守美国的重要规定，以免造成不必要的经济损失！ 3. 美国有付小费的习惯，是国际礼仪之一，是对服务人员工作的肯定与感谢，小费将会由领队在境外统一收取。 4. 行李箱请勿上锁，否则会被划开检查。 五、安全提示 1. 境外游览时游客应注意人身安全和财产安全。尤其景区、酒店大堂、百货公司、餐馆等游客聚集的地方更是偷窃行为多发地，游客务必随同导游并注意结伴而行，在游玩过程中，时刻注意自己随身携带的物品的安全。 2. 乘坐交通工具时，现金、证件或贵重物品请务必随身携带，不应放进托运行李箱内；外出旅游离开酒店及旅游车时，也请务必将现金、证件或贵重物品随身携带。因为酒店不负责游客在客房中贵重物品的安全，驾驶员也不负责巴士上旅客贵重物品的安全，保险公司对现金是不投保的。 六、保险 1. 请游客在出行前确保自身身体条件能够完成旅游活动。旅行社建议游客在出行前根据自身实际情况自行选择和购买旅行意外伤害保险或旅行境外救援保险。 2. 旅游意外伤害险或救援险承保范围不包括以下情况，游客在购买前应咨询相关保险公司！ (1) 游客自身患有的慢性疾病。 (2) 参加保险公司认定的高风险项目，如跳伞、滑雪、潜水等。 (3) 妊娠、流产等保险公司规定的责任免除项目。 七、风险提示 1. 境外的中餐馆在规模和口味上与国内相比有很大的差距，中餐馆规模比较小，环境不如国内，饭菜口味为了适应当地的饮食习惯已经比较西化，而且由于当地原材料和调料不够齐全，口味不纯正，故希望游客能够理解。 2. 行程中赠送项目若遇不可抗拒的客观因素和非旅行社原因，旅行社有权取消或变更行程。 3. 关于美国详细注意事项请仔细阅读出团前《出团通知》及《美国旅游须知》。 八、特别说明 1. 是否给予签证，是否准予出入境，为有关机关的行政权力。如因游客自身原因或因提供



续表

材料存在问题不能及时办理签证而影响行程，以及被有关机关拒发签证或不准出入境，相关责任和费用由游客自行承担。

2. 因不可抗拒的客观原因和非旅行社原因(如天灾、战争、罢工、政府行为等)或航空公司航班延误或取消、领事馆签证延误、报名人数不足等特殊情况，旅行社有权取消或变更行程，一切超出费用(如在外延期签证费、住宿、餐饮及交通费、国家航空运价调整等)旅行社有权追加差价。

3. 美国独特的人文风俗和历史环境，造就了各地风格各异的教堂、广场及喷泉等景点，这些景点一部分是免费对外开放的，领队会根据实际情况酌情安排部分景点入内参观；另一部分景点如市政厅、议会大厦等，作为城市典型标志的同时，也是政府实际的办公地点，建筑风格极具当地特色，这部分景点是不能够入内参观的，游客可以外观并留影纪念。

4. 由于团队行程中所有住宿、用车、景点门票、餐饮等均为旅行社打包整体销售，因此若游客因自身原因未能游览参观的，则视为自动放弃，旅行社将无法退费，请游客谅解。

5. 美洲不同的国家有不同的酒店星级评判标准，大部分酒店没有星级的挂牌，但是这类酒店也具备等同于行程中指定同星级酒店的设施标准和接待能力。

6. 分房以同性游客住一房为原则，如需住单人间，报名时应提出申请，并补交单间差价；如报名时为夫妻、母子 / 父女(子、女需占床)、兄弟姐妹需住一间房请提前告知，在不影响整团出现单人间的情况下予以安排同住，否则以我社安排为准。根据地接社规定，12 周岁以上儿童必须占床，12 周岁以下儿童可选择是否占床，如不占床，请游客提前说明，具体费用根据所报团队情况而定；若一个大人带一个 12 周岁以下儿童参团，建议住在一个标间。

7. 以上为参考行程，最终航班信息、行程顺序安排及餐食安排请以最终《出团通知》为准！由于团队票价已经是折扣价格，所以 12 周岁以上儿童票价和成人票价一致。

8. 美国内陆航班：因机票资源紧张或者是到了美国线的旺季，有时要经另一个城市转飞目的地城市，有时还要将整团拆分为几个小团飞往目的地城市，同时机上不提供用餐，饮料为 2 美元 / 杯，请自备糕点。

9. 美国内陆段航班托运行李是要额外收费的，请您提前准备好费用，收费参考标准：第一件为 25 美元 / 件，第二件为 35 美元 / 件，超重部分另行收费；美国国际段航班允许携带两件托运行李，质量不超过 23 千克 / 件，超重部分另行收费。

10. 旅途中游客的购物纯属个人行为，对因商品质量问题而造成的经济损失和纠纷，与本社无关，本社不予承担任何责任。

11. 美国境内脱团需要额外支付 200 美元 / 人的脱团费。

12. 因报名人数不足无法成团，旅行社在 7 天前(含 7 天)通知游客延期出团，或建议拼团，或旅客取消本次旅行计划，旅行社不承担违约责任。

九、预定特别条款

1. 定金为 5 000 元 / 人，作为向航空公司支付机票定金保留机位和酒店的定金，游客因任何原因退团，旅行社将不予退还定金。

2. 以下几种情况，请注意将产生损失费用。

(1) 被美国领事馆拒签，我社需要收取损失费用(机票定金 1 500 元 / 人 + 签证费 1 500 元 / 人 =3 000 元 / 人)。

续表

(2) 资料递交领事馆后，由于游客自身的原因取消出行的，我社需要收取损失费用(定金 5 000 元 / 人 + 签证费 1 500 元 / 人 =6 500 元 / 人)。 (3) 签证出签后，已向航空公司支付定金但尚未出票的，由于游客自身的原因取消出行的，我社需要收取损失费用(定金 5 000 元 / 人 + 签证费 1 500 元 / 人 =6 500 元 / 人)。 (4) 若游客被美领馆拒签，而同行的其他游客签证出签后要求取消出行的，此时已向航空公司支付定金但尚未出票的，我社需要收取损失费用(定金 5 000 元 / 人 + 签证费 1 500 元 / 人 =6 500 元 / 人)。 (5) 若游客签证出签，同时航空公司已经出完机票，此时游客取消出行的，因航空公司规定团队机票不允许改期、签转、退票，因此我社将收取包含但不限于机票、酒店、用车等实际产生的损失费用。 十、货币兑换、时差及使馆信息 1. 目前美元为美国主要流通货币，其他货币在使用或在美国兑换美元时都会有汇率上的损失，因此建议游客在出国之前换好所需美元。持中国银联卡可在美国境内部分商店刷卡消费，并可使用 ATM 取款。 2. 行程中所涉及地区目前与中国时差分别为，美国东部时区与中国有 13 小时的时差；美国中部时区与中国有 14 小时的时差；美国落基山时区与中国有 15 小时的时差；美国西部太平洋时区与中国有 16 小时的时差；美国夏威夷时区与中国有 18 小时的时差(夏令时则比标准时间早 1 个小时)。 3. 中国驻美国大使馆联系方式： 地址：3505，International Place，N.W.，Washington D.C.20008，USA。 电话：1-202-495 2266。 传真：1-202-495 2138。

(资料来源：四川省中国青年旅行社出境部。)

4.2.6 出境旅游线路的报价

1. 出境旅游线路价格的构成

(1) 出发城市与境外目的地城市间往返大交通费国际往返大交通费。

在国际旅游活动中，选用最多的交通工具是民用航空器。

从国内出发到国外的航班很多，不同的航空公司通常会有不同的价格，即使是同一家航空公司的同一班次，在不同售票点的价格也不同。而不同航空公司选择的机型和座位设置也有所不同，服务质量和机上餐食也不一样，这直接影响长途旅行的舒适程度和质量。国际航班的往返机票一般有短期价格和长期价格之分。短期价格一般分 30 天、45 天、3 个月之内往返有效。长期价格分半年和一年。

(2) 境外地接费。

境外地接费包括境外目的地交通费、住宿费、餐费、景点门票、导游费、保险费等。境外地接社根据接待的标准和人数，给组团社一个总的报价。如果是独立成团，一般要求境外地接社提供分项报价。



(3) 签证费。

办理签证需要缴纳签证费，每个国家的签证费不一样。目前欧美的签证多数是 1 000 元以上，中东、南美等不开放的国家一般收 3 000 元左右的签证费，而较便宜的当属东南亚国家。签证费有时包含在团费中，有时需要单独交。

(4) 领队分摊费。

具有出境资质的组团社必须派出领队全程陪同游客在境外游览，即负责办理登机手续、进出关手续、酒店入住手续及全程食住行游的质量监督。领队往返机票及税金，领队、驾驶员保险费，领队、驾驶员、导游的住宿费等都要分摊在每个游客所付费用上。出境旅游领队一般都能申请到免费的机票，到达另一个国家后，领队、驾驶员、导游的住宿及景点门票一般都由另一个国家的地接社解决，基本上都是免费的。如果团队人数不够或者申请不到免费的机票，或者境外地接社不解决领队、驾驶员、导游的食宿费用，就要分摊到团队里所有游客所付的费用上。

(5) 市内接送费。

市内接送费是组团社接送游客到机场(车站、码头等)的费用。目前在旅行社的实际操作中，组团社基本上都不包含这笔费用，都是游客自己到机场(车站、码头等)。如果是团队，需要安排接送，在计价时就要加上这笔费用。

(6) 保险费。

出境旅游一定要购买保险，保险包括旅行社责任险和旅游意外险，旅行社责任险由组团社购买，人身意外伤害险由游客自己购买，出境 30 元 / 人。

(7) 操作费。

获取操作费(利润)是旅行社的根本目的，组团社应根据旅游市场的情况获取适当的利润，一般为 5% ～ 10%。

以上是出境旅游的散客和团队操作的一些基本费用，但是不同的线路包括的项目也不同，通常自由行、自驾游等包括的项目就比较少，如自由行费用一般只包括机票、住宿和签证 3 项。在旅行社操作的常规团队中，报价主要包含以下项目，详见表 4–4。

表 4–4　出境旅游常规团队报价

报价包含的项目	报价不含的项目
1. 国际往返大交通费(含机场税)	1. 护照费
2. 团队旅游签证费	2. 境外洗衣、理发、电话、饮料、烟酒、付费电视、行李搬运等私人费用
3. 境外住宿费	3. 境外驾驶员、导游的小费
4. 境外餐费	4. 行李海关课税，超重行李托运费、管理费
5. 境外全程豪华游览大巴及专业驾驶员费用	5. 行程中未提及的景点游览及其他费用，如特殊门票、游船(轮)、缆车、地铁票等费用
6. 全程中文领队服务费	6. 交通延阻、罢工、大风、大雾、航班取消或更改时间等人力不可抗拒原因所引致的额外费用
7. 行程中游览景点的首道门票	7. 与签证相关的如未成年人公证、认证等相关费用
8. 旅游意外险	
9. 旅行社责任险	



2. 出境组团社对游客报价流程

目前我国出境游的具体操作是由专线部负责，收客主要由各服务网点负责，组团社对游客的报价流程：首先是专线部进行内部计价，其次是专线对服务网点报价，最后是服务网点对游客报价，即境外地接社向出境组团社专线部报价→出境组团社专线部进行内部计价→出境组团社专线部在内部计价的基础上加上利润向服务网点报价→服务网点在专线部报价的基础上加上利润之后向本地游客报价。出境组团社报价流程如图 4.5 所示。

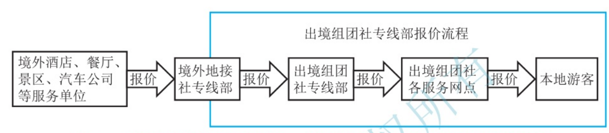


图 4.5　出境组团社报价流程图（注：其中蓝色方框部分属于出境组团社报价）

出境组团社专线部根据境外地接社的报价、国际往返大交通费用、签证费、领队分摊费、保险费等进行内部计价，计算出接待本团的成本价，即出境组团社专线部计价 = 境外地接社的报价 + 国际往返大交通费用 + 签证费 + 领队分摊费 + 保险费等。

3. 出境旅游组团社整团(散拼团)成本结算

出境旅游组团社在经营一条线路时应该进行成本结算，结算应该包括 5 个方面的内容，详见范本 4–5。

范本 4–5　出境旅游组团社整团(散拼团)成本结算表

<table>
<tr><td>出团日期</td><td></td><td>线路</td><td></td><td>航班</td><td colspan="2"></td><td>领队</td><td>人数</td></tr>
<tr><td>团数</td><td>客源</td><td>人数</td><td>游客姓名</td><td>总报价(明细)</td><td>实收款</td><td>余款</td><td>成本</td><td>毛利</td></tr>
<tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>3</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>5</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="5">成本明细</td><td>机票</td><td></td><td rowspan="2">地接 A</td><td rowspan="2"></td><td>签证 A</td><td></td><td>小费</td><td></td></tr>
<tr><td>税费</td><td></td><td>签证 B</td><td></td><td>自费</td><td></td></tr>
<tr><td>中段</td><td></td><td rowspan="3">地接 B</td><td rowspan="3"></td><td>保险</td><td></td><td rowspan="3">其他</td><td rowspan="3"></td></tr>
<tr><td>票务提成</td><td></td><td rowspan="2">名单</td><td rowspan="2"></td></tr>
<tr><td>领队分摊费</td><td></td></tr>
</table>



续表

<table>
<tr><td rowspan="4">费用开支</td><td rowspan="4"></td><td>总收款</td><td></td></tr>
<tr><td>总成本</td><td></td></tr>
<tr><td>本团毛利</td><td></td></tr>
<tr><td>欠款</td><td></td></tr>
<tr><td>备注</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>需特别注意的操作流程</td><td colspan="3">1. 预订机位，书面告知地接(准确时间及人数)，预备领队。
2. 与同行签订转并团协议，回执盖章。
3. 收全款(团款若没收全，向账务详细说明原因)。
4. 收有效证件(护照为 6 个月以上有效期；通行证注意签注时效)，或安排游客面试。
5. 送签证(算准送签时间，注意领馆假期)。
6. 仔细核对名单(拼音名、证件号、签证 / 注有效期)。
7. 行程及名单传给地接确认。
8. 与同行再次确认操作内容，发出团通知书，购买保险。
9. 再次仔细核对名单，出机票，仔细检查机票(名字 / 航班)。
10. 上名单，送边防。
11. 与领队 / 送团人交接(包括机票、护照、领队现付款、代收款、行程、名单、胸牌、导游旗、出入境卡、领队计划表、意见表等)。</td></tr>
</table>

(资料来源：四川省中国青年旅行社出境部。)

(1) 团队(散拼团)和线路的基本信息。

团队和线路的基本信息包括出团日期、线路名称、航班号、领队、参团人数、游客姓名等，要求把这些信息反映在结算表中。

(2) 总报价及实收费用。

该团总报价是多少？具体的分项报价是多少？实收费用是多少？未收回的余额是多少？余款什么时间收回？

(3) 成本明细。

接待该团所支付的总成本是多少？分别由有哪些部分构成？在成本明细中注明机票(含税费)、领队分摊费、境外地接费、签证费、小费等的具体数目。

(4) 费用开支情况。

在接待该团过程中具体开支了哪些项目？每一笔都需要详细说明。

(5) 结算。

接待该团总收款是多少？总成本是多少？本团的毛利有多少？未收回的余款有多少？通过成本结算可以对该团的经营情况、获利情况就有一个详细的了解，为下一步的经营提供参考。



【任务实训】

出境旅游线路设计

▶ 实训目的

掌握境外旅游线路的设计方法和流程。

▶ 实训内容

以大学生为目标市场，设计一条出境欧洲10日游旅游线路。

▶ 实训步骤

第一步：学生分析大学生旅游需求特点。

第二步：学生在网上收集欧洲主要国家的旅游资源。

第三步：学生在网上查询北京—法国的航班情况。

第四步：学生根据大学生旅游需求特点、欧洲主要国家旅游资源及航班情况，设计出一条自己所在城市至法国的10日游旅游线路。

▶ 实训成果

提交设计好的电子版旅游线路(含线路名称、行程特色、行程安排、报价、服务标准、注意事项，以及香港交通图、香港旅游景点分布图)。

【任务完成】

通过对本任务的学习，学生掌握了出境旅游的开发要求、内容及开发的主要类型，能够独立地为旅游者设计旅游行程；明确了出境旅游线路价格构成、计价和报价方法，能够独立地为旅游者报价。

任务4.3　出境组团计调的采购业务

【任务导入】

▶ 案例介绍

2019年9月16日下午，四川某旅行社与××平台约定好只要游客把资料上传到××平台就不用购买保险了。16日计调员张明已经把16位游客的资料上传到××平台，就意味着这16人不用购买保险了。计调员李玲看到本子上记载有罗宁等21位游客没有上传××平台。李玲不确定这21人是否要购买保险，就马上问张明，张明告诉李玲，16日的团分两批购买保险，李玲在没有核对的情况下，想到16日总共就37个人，要分两批



买保险，前面的 16 位游客肯定也要购买保险，所以就毫不犹豫地买了前面 16 位游客的保险。造成重复购买 16 位游客的保险，给公司造成了 300 多元的损失。张明说昨天是口误了，李玲应该确认一下再购买。

▶ 问题

重复购买保险该谁承担责任？今后应该吸取哪些教训？

▶ 案例解析

重复购买保险的责任应该由张明和李玲承担。张明让李玲分两批购买保险，虽然是口误，但是，李玲并不知道张明是口误，所以应该承担一定的责任。李玲在购买保险时，应该仔细核对平台上的名单，如果发现平台上已经有这 16 位游客，就不用再次购买，所以也应该承担一定的责任。

本次重复购买保险给公司造成了 300 多元钱的损失，重复购买保险虽然比漏买保险的影响小，但还是给公司造成了一定损失。应该吸取教训，今后做事不能凭直觉，也不要在别人身上找原因，旅游行业，特别是计调员需要的是仔细，做事需要再三核实。

【任务分析】

出境组团计调的采购业务主要有国际往返交通服务的采购、境外地接社的采购、领队服务的采购、其他服务的采购等内容。

4.3.1　国际往返交通服务的采购

1. 国际航班知识

(1) 航班公司缩写代码及航班号。

常用的航班公司缩写有日本航空公司(JL)、法国航空公司(AF)、英国航空公司(BA)、泛美航空公司(PA)。航班号用航空公司的两个英文字母和 3 个阿拉伯数字来表示，如 CA981，“CA”表示中国国际航空公司，9 表示国际航班，8 表示中美航线，1 表示飞往美国的第一个航班。

(2) 航班起止点。

依照国际惯例，在国际航空中，通常采用世界各大城市或机场英文缩写的前 3 个字母为该城市的代码，表示航班或航线的起止点。例如，北京—巴黎，即 PEK—PAR。世界各大中城市和机场都有自己的代码，如果抵达的城市有两个以上的机场，在表示航班或航段起止点时，就不用城市代码而用机场代码。例如，从北京到阿联酋沙迦，即用 PEK—SHJ 表示。国外部分城市和机场代码见表 4-5。



表 4-5　国外部分城市和机场代码

国外部分城市 3 个字母代码				国外机场 3 个字母代码	
城市	代码	城市	代码	机场	代码
新加坡	SIN	伦敦	LON	东京成田国际机场	NRT
巴格达	BGW	洛杉矶	LAX	东京羽田国际机场	HND
曼谷	BKK	莫斯科	MOW	纽约肯尼迪国际机场	JFK
悉尼	SYD	纽约	NYC	纽约拉瓜地国际机场	LGA
东京	TYO	大阪	OSA	纽约纽瓦克自由国际机场	EWR
法兰克福	FRA	巴黎	PAR	巴黎夏尔·戴高乐机场	CDG
华盛顿	WAS	旧金山	SFO	伦敦希思罗国际机场	LHR

(3) 航班基本信息。

出境组团计调一定要掌握国际航班的起飞城市、经停城市、到达城市、航空公司、成人票价、儿童票价、婴儿票价、退票条件、税金等基本信息。成都—纽约(30 天往返)航班信息见表 4-6。

表 4-6　成都—纽约(30 天往返)航班信息

票价	RMB5 300	航空公司	中国国际航空公司(CA)	往返，返回时间	30 天
起飞城市	(出发地)成都	经停	北京	到达城市	(目的地)纽约
有效日期	×× 年 01 月 01 日　至　×× 年 06 月 30 日				
儿童票价	儿童票价为成人票价	婴儿票价	婴儿票价为儿童票价		
退票条件	退票以航空公司政策为准	税金	以实际出票时间为准		
注	7—9 月，美国旺季，价格以舱位为准				
其他说明	1. 以上机票为电子客票方式出票，不能开电子客票的城市除外 2. 全程需确定旅行日期 3. 机票未按顺序使用，不得退票 4. 不提供免费食宿 5. 以上票价为人民币报价，不包含任何税项。票价如有更改，恕不另行通知				

(4) 订票的有关规定。

出境旅游的国际机票一般为回程票或联程票，正常的机票有效期为一年，但是特别值得注意的是旅游团的机票是团体票、优惠票、折扣票，因此，它没有一年的有效期，而且团队机票一概不能退、不能改、不能换；在行李托运方面，航空公司会免费托运两件行李(一件行李的三边之和在 158 厘米以内，两件行李的三边之和不超过 273 厘米，每件行李的质量不超过 23 千克)；手提行李，每人限一件；乘机需凭登记卡和护照登机，登机口一般于飞机起飞前 30 分钟开启，于起飞前 15 分钟关闭；在飞行全程中应关闭所携带的



手机；在飞机起飞前半小时和着陆前半小时，应确保笔记本、手机等电子产品处于关闭状态。

(5) 国际机票的税金。

购买国际机票要交税金，在各网站上所查询的只是机票钱，不包括税金。税金需在出票时一起支付。购买国际机票时出现的税，是航空公司代当地国家政府收的税。国际机票的税大致分为 3 种：离境税、过境税、入境税。个别国家还有其他名目的税。例如美国，除了有上述税以外，还有海关使用税、机场税、动植物免疫检查费等。当然有些国家是不收税的，如中国、菲律宾等。所以，如果你从中国去日本，单程没有税，但是往返则有税；或者你从日本出发回中国的单程机票是有税的，那是因为中国没有出境税，日本没有入境税，但日本有离境税。

税一般根据购买机票时的汇率发生变化，这就是上次购买机票和这次购买机票航程一样、税却不同的原因。当然相差的比率并不大。在一些国家，有的城市有税，有的城市没有税，如日本的东京、大阪有离境税，而札幌则没有税。

2. 国际机票的采购

(1) 确定采购对象。

出境计调员应该首先通过各种渠道和方法收集国际航空公司、机票销售单位信息资料及负责人的联系方式；其次根据旅行社的线路需求，了解航空公司的规定及航空公司的经济实力，主要包括国际航空公司的机票折扣、机位数量、服务态度、航班密度、改 / 退票的手续及费用、机票销售单位信誉度、网络是否方便、付款方式、工作配合度、竞争优势、机票返利额度等信息；最后，确定多家本旅行社的采购对象。

(2) 签订合作协议。

出境计调员与国际航空公司或机票销售单位经过多次协商之后，确定相关事项，然后双方签订正式的《经济合同书》，明确双方的合作关系及约定并备案。

(3) 整理相关资料。

出境计调部要印制国际航空公司的航班、票价信息及相关规定，以及机票销售单位信息，然后分发给社内相关部门并备案，并根据航空公司的相关要求，设计并印制订购票所需的表单，如订票身份证信息确认单、机票变更 / 取消单等。

(4) 实施订、购票业务。

出境计调员根据接待计划和《经济合同书》的相关要求选择机票销售单位，向机票销售单位提出订票、购票需求，航空公司在约定的时间内出票，计调员在约定的时间内接票。

(5) 报账结算。

出境计调员根据本社的规定及《经济合同书》的要求，将订、购票的明细账及返利情况上报财务部门，财务部门审核无误后，根据约定付款时间及方式为航空公司办理结算事宜。



4.3.2 境外地接社的采购

1. 境外地接社选择标准

(1) 资质要求。

各出境旅游组团社要选择文化和旅游部推荐的有合法资质的旅行社为境外地接社。要与境外地接社签订合作协议，建立直接业务关系，并将境外地接社的相关信息报本省文旅厅行业管理处和质量监督管理所备案。应将出境旅游团队直接交给签订合作协议的境外地接社接待。出境游散客原则上应通过省内组团社互为代理的关系拼团出境。如需通过第三地转手拼团，必须以书面形式征得游客的同意。台湾地区接待大陆居民赴台旅游的旅行社，在大陆有关部门会同文化和旅游部确认后，由海峡两岸旅游交流协会公布之后才能作为境外地接社。

(2) 信誉良好。

境外地接社必须根据事先同组团旅行社达成的合作协议，严格地按照双方商定的接待标准和组团社的旅游接待计划向旅游者提供接待服务。境外地接社待不得以任何借口拒绝履行合作协议，或者不按照双方商定的接待标准提供服务。境外地接社如因特殊原因，无法落实旅游接待计划所要求的活动内容时，必须及时通知组团社，并在征得组团社的同意后，方可改变原先的接待计划。

(3) 较强的接待能力。

境外地接社必须具有较强的接待能力，能够采购到组团社委托其采购的各项旅游服务，并提供优质的旅游服务。

(4) 真诚的合作愿望。

境外地接社必须具有同组团社真诚合作的愿望，积极主动地配合组团社履行与旅游者达成的旅游合同。

(5) 收费合理。

境外地接社的收费不能过高，不能超过旅游者和组团社的承受能力。境外地接社不能以各种借口违反事先达成的协议，侵害旅游者和组团社的合法利益。

2. 境外地接社的采购

(1) 确定采购对象。

出境组团计调员根据本社经营计划，调查、收集境外地接社的相关信息资料，经过初步筛选后，对基本符合本社要求的境外地接社进行考察，重点考察接待质量和信誉等，考察后进行综合比较和评价，与符合本社要求的境外地接社联系，初步协商合作事宜。

(2) 签订合作协议。

出境组团计调员根据协商的结果，利用本社的标准采购合同文本，拟定《合作协议书》；通过与境外地接社负责人谈判，协商具体的合作事宜，并签订双方认可的《合作协议书》。

(3) 整理相关资料。

出境组团计调员将签署的《合作协议书》进行编号、存档，并报送相关部门备案，将相关资料及规定列表分发给本社相关部门。



(4) 落实游览工作。

出境组团计调员根据游客的游览要求，制订境外异地接待服务采购计划，并落实具体的游览工作，将发团的人数、时间等具体要求，用传真发给境外地接社要求其报价，根据境外地接社的回传传真确认情况，按照接待计划中的发团日期顺序排列存档，并将境外地接社联系人姓名、联系方式转告给接待部门。

(5) 报账结算。

出境组团计调员根据本社的财务规定和《合作协议书》的相关规定，及时将该团费用明细报财务部门，财务部门根据《合作协议书》审核无误后与地接社办理结算事宜。

4.3.3　领队服务的采购

1. 领队服务采购知识

“领队”一词出现在我国开办公民自费出境旅游的 20 世纪 90 年代后期。海外领队是指经国家旅游行政主管部门批准可以经营出境旅游业务的组团旅行社的委派，全权代表该旅行社带领旅游团从事旅游活动的工作人员。根据 2016 年 11 月 7 日第十二届全国人民代表大会常务委员会第二十四次会议《关于修改〈中华人民共和国对外贸易法〉等十二部法律的决定》，其中《旅游法》第三十九条修改为：“从事领队业务，应当取得导游证，具有相应的学历、语言能力和旅游从业经历，并与委派其从事领队业务的取得出境旅游业务经营许可的旅行社订立劳动合同”。出境旅游领队工作繁杂、职责重大，不但业务性强，而且政策性也强。因此，出境组团计调员应该慎重选择领队。

2. 领队服务的采购流程

(1) 确定采购对象。

出境组团计调员应根据本社经营计划，调查、收集海外领队的相关信息资料，经过初步筛选后，对基本符合本社要求的海外领队进行考察，重点对声誉好、经验丰富的海外领队进行考察，考察后进行综合比较和评价，与符合本社要求的海外领队联系。

(2) 签订协议书。

出境组团计调员通过与海外领队谈判，协商具体的合作事宜，根据协商的结果，利用本社的标准采购合同文本，拟定《海外领队聘用协议书》，签订双方认可的《海外领队聘用协议书》。

(3) 整理相关资料。

出境组团计调员将签署的《海外领队聘用协议书》进行整理、编号、存档，并报送相关部门备案，将《海外领队聘用协议书》分发给本社相关部门。

(4) 落实带团工作。

出境组团计调员根据游客的要求，对已签协议的海外领队进行筛选，选择合适的海外领队，将发团的旅游行程、人数、时间、注意事项等具体要求，以出团计划单的形式发给海外领队，并提醒海外领队携带各项证件资料，协助海外领队处理带团过程中的各项事宜。



(5) 报账结算。

出境组团计调员根据本社的财务规定和《海外领队聘用协议书》的相关规定，及时将该团领队服务费用明细报财务部门，财务部门根据财务规定和《海外领队聘用协议书》审核无误后与海外领队办理结算事宜。

4.3.4 其他服务的采购

出境组团计调员的采购业务除了上述的各种必须采购的旅游服务外，还有其他服务的采购，如代办护照签证服务、代办旅游保险等服务的采购。

出境组团计调员有时需要为游客办理护照或者签证服务，游客自己办理护照的情况比较多，一般都需要旅行社办理签证，办理签证时需要根据所到目的地国的签证要求，让游客提供相关资料，然后进行办理。

根据《旅行社条例》(2017 修订)及相关法律，旅行社应该为旅游者提供规定的保险服务。出境组团计调员要认真理解旅游保险规定，收集、调查保险公司的资料，根据实际情况，与实力强、信誉好的保险公司协商洽谈，与符合本社要求的保险公司进行合作，代表旅行社与对方代表签订《合作协议书》。对签署的《合作协议书》进行编号、存档，并报送相关部门备案；整理与保险公司签订的《合作协议书》、相关资料及规定并列表，将列表分发给本社相关部门，通知收取保险费。将每一名投保游客的资料发送给保险公司，并请保险公司及时回复传真确认，注意接收《承保确认书》以此作为投保依据。在旅游途中发生意外事故时，及时通知保险公司并向导游了解真实情况，必要时可进行现场考察，在保险协议规定的期限内向保险公司呈报书面材料，索赔时，真实地向保险公司提供相关方面的证明。

【任务实训】

国际航空服务的采购

▶ 实训目的

了解国际航空服务的查询及网上采购方法。

▶ 实训内容

北京—普吉岛、北京—巴厘岛、北京—沙巴州、北京—塞班岛国际航班的查询与机票采购。

▶ 实训步骤

第一步：学生选择普吉岛、巴厘岛、沙巴州、塞班岛作为机票采购对象。

第二步：学生在相关旅游网站上分别查询北京至普吉岛、巴厘岛、沙巴州、塞班岛的往返航班号、出发时间、飞行时间、抵达时间、机票价格，并学会在网上采购国际机票。

第三步：学生分别记录这些返航班号的出发时间、飞行时间、抵/离时间及机票价格。



▶ 实训成果

提交北京至以上 4 个目的地的往返航班情况(列表说明)。

【任务完成】

通过对本任务的学习，学生掌握了国际航空服务的查询和采购方法，能够独立地为游客采购国际航空服务；明确了境外地接社和其他服务的选择标准和方法，能够独立地进行境外服务的采购。

任务 4.4　出境组团计调的工作流程

【任务导入】

▶ 案例介绍

2019 年 1 月，某旅行社计调员李飞在某平台给游客刘霞预订了成都到日本的机票，但却无法出票。计调员李飞就和游客刘霞协商，提出新的解决方案，但刘霞不愿意加钱换其他航空公司的机票，说自己到其他航空公司购买。计调员就和游客协商线下退款，平台把机票钱退给刘霞。刘霞到其他机构没有买到去日本的机票，无法到日本，她提前预订的酒店也不能退钱。刘霞就以同伴的名义投诉计调员，计调员通过与平台沟通，以个人名义赔款 500 元。获得退款和赔偿后，游客又开始反悔，再次投诉到成都市市长处，最后公司出面才解决了这件事。

▶ 问题

计调员和平台对刘霞事件的处理是否正确？ 计调员今后遇到类似问题应该怎么办？

▶ 案例解析

计调员和平台对刘霞购票事情的处理方式不正确。首先，计调员预订机票之后就应该立即给游客出票，无法出票就应该马上与平台商量对策，应该通过其他途径尽快为游客购买机票。第二，即使没有买到机票，也不应该通过线下来进行赔偿，应该严格按照平台规则进行退票。第三，游客进行投诉之后，计调员和平台又以私人名义赔款 500 元，这些应该交给公司统一处理。如果通过公司来处理，游客就不会向市长投诉了。这个事情给计调员、公司、平台均造成了一定的影响。

本案例说明今后计调员和平台做事都要十分小心，要在平台 QT 上进行交流，保留证据。遇到事情不能光本着大事化小、小事化无的态度。更不要以私人名义去解决，要通过公司出面来解决！

【任务分析】

出境团队有散拼团团队和单独成团团队两种情况，两种团队的操作方式大致相同，也有一些不同的地方。出境组团计调工作流程比较复杂，一般分为17个步骤，如图4.6所示。

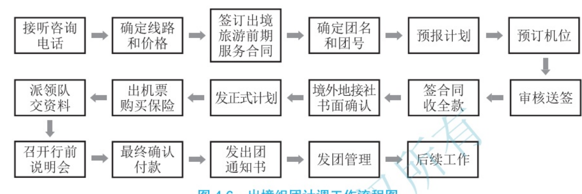


图4.6　出境组团计调工作流程图

4.4.1　接听咨询电话

出境组团计调员在接听服务网点或客户电话时，首先要问清楚客户的旅游目的地是哪里，也就是他们要去哪几个国家或地区。在接听咨询电话时一定要做好电话记录，问清客户的基本情况和要求。例如，是散客还是团队、出团时间、往返大交通、住宿标准、人数、主要旅游景点、特殊要求等。认真记录与客户谈话的要点，留下来电客户的联系方式。为了减少和避免工作中的失误，出境组团计调员应该重复确认客户提出的要求。

4.4.2　确定线路和价格

1. 确定线路

(1) 推荐旅行社已有的经典出境线路。

每个旅行社都有很多已经向市场公开推出的成型的出境旅游线路，在接受服务网点、团体、散客的咨询时，出境组团计调员就可以向客户详细地介绍产品的情况、产品的亮点、产品的报价及产品的价格构成等，让客户在众多旅游线路中选择自己满意的旅游线路。

(2) 根据客户的需求重新设计旅游线路。

如果是独立成团，出境组团计调员就必须根据客户的要求来重新设计旅游线路。出境组团计调在设计旅游线路时，一定要根据客户的要求进行设计，经常与客户沟通。经过双方多次修改，最后设计出令客户满意的旅游线路。经过双方多次洽谈，形成最终行程，以最终行程作为询价和报价的依据。

2. 询价、计价、报价

(1) 向各地接社和国际航空公司询价。

在团队送签之前，出境组团计调员将最终行程传真至各家境外地接社和国际航空公司询价。注意询价时选择合适的境外地接社报价是关键。询价时务必写明人数、出发日期、



详细行程，包含内容的标准，如报价包含三星或四星酒店、中式午餐和晚餐(五菜一汤及饭后水果)、中文导游(中文导游兼驾驶员)、豪华旅游大巴车、常规景点门票、国际航班、保险、签证、特殊服务项目等各项要求。询价时必须认真填写询价单(范本 4–7)，以询价为最终依据，只有在询价的基础上才能报价。每个团队需要两家以上的地接社报价，保证最合理的价位。询价时要考虑签证邀请的问题，所有境外地接社都是接到确认后才发出邀请。

范本 4–7　旅行社计调部询价单

<table>
<tr><td colspan="2">TO</td><td colspan="2">旅行社</td><td>FROM</td><td colspan="2">旅行社</td></tr>
<tr><td colspan="2">电话</td><td colspan="2"></td><td>电话</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">传真</td><td colspan="2"></td><td>传真</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">手机</td><td colspan="2"></td><td>手机</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">QQ</td><td colspan="2"></td><td>QQ</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="7">举例：
今有我社 21 人团队于 ×× 年 2 月 12—25 日参加美国一地 14 日行程，12 日从上海飞往纽约，24 日从洛杉矶返回，25 日到达上海。游览城市有纽约、华盛顿、夏威夷、拉斯维加斯、洛杉矶，美国境内全程要求入住五星级酒店，用车要求安排 25 座大巴 1 辆，配备一名优秀的导游及经验丰富的驾驶员，全程含餐，请尽快根据确定好的行程做出报价。谢谢！</td></tr>
<tr><td>询价方式</td><td></td><td>开始询价时间</td><td></td><td>接到报价时间</td><td colspan="2"></td></tr>
</table>

(2) 出境组团旅行社内部计价。

出境组团旅行社内部计价就是在向境外各地接社和航空公司询价之后，把地接社的报价、国际往返机票、机场建设税费、领队分摊费等加起来，它们的和就是出境组团旅行社的总成本。

(3) 向各服务网点和游客报价。

出境组团旅行社在总成本的基础上加上一定的利润向各服务网点报价，各服务网点加上服务网点的利润向游客报价。认真填写报价单，报价单要附上行程安排。

4.4.3　签订出境旅游前期服务合同

针对那些签证不一定有保证的目的地，如欧洲国家，签证有时就不能成功，游客出了签证费，但无法出去旅游。为了规避签了正式合同而不能出行的风险，在办理签证前就与游客先签订一份出境旅游前期服务合同。

4.4.4　确定团名和团号

1. 团名

团名即旅游团的名称，一般由“国家 + 地区(省或城市)+ 组团社(简称)+ 线路名称”组成，用中文表示。



2. 团号

出境旅游团队团号由"主要游览城市的航空代码(表 4–7)+ 总行程天数 + 交通方式代码 + 出团月日 + 团队序号"组成。其中当"游览城市"有多个时，可以选择代表性城市的航空代码首字母组成目的地代码，如游览泰国一地，用"BKK"(曼谷)表示；游览新加坡(SIN)、马来西亚(KUL)、泰国(BKK)三地，可以简写为"SKB"。例如，西安某旅行社组织的 1 月 8 日出发的新加坡—马来西亚—泰国双飞 11 日游团队(首团)，其编号为：SKB11 2F0108A。

表 4–7　主要游览城市的航空代码

城市名	航空代码	城市名	航空代码	城市名	航空代码
北京	PEK	上海	PVG(浦东) SHA(虹桥)	天津	TSN
重庆	CKG	包头	BAV	郑州	CGO
广州	CAN	常德	CGD	成都	CTU
长春	CGQ	长沙	CSX	延安	ENY
张家界	DYG	大连	DLC	呼和浩特	HET
福州	FOC	海口	HAK	乌兰浩特	HLH
合肥	HFE	杭州	HGH	银川	INC
哈尔滨	BBB	景德镇	JDZ	北海	BHY
南昌	KHN	昆明	KMG	兰州	LHW
贵阳	KWE	桂林	KWL	乌鲁木齐	URC
拉萨	LXA	连云港	LYG	南京	NKG
绵阳	MIG	宁波	MGB	沈阳	SHE
南宁	NNG	石家庄	SJW	深圳	SZX
西安	SIA	三亚	SYX	黄山	TXN
青岛	TAO	济南	TNA	厦门	XMN
太原	TYN	武汉	WUN	宜昌	YIH
西宁	XNN	徐州	XUZ	珠海	ZUH
烟台	YNT	湛江	ZHA	中国台北	TPE
中国香港	HKG	中国澳门	MFM	墨尔本	MEL
曼谷	BKK	福冈	FUK	吉隆坡	KUL
纽约	JFK	巴黎	CDG	新加坡	SIN
法兰克福	FRA	新德里	DEL	悉尼	SYD
东京	NRT	首尔	SEL	开罗	BZV
巴厘岛	DPS	柏林	BGO	迪拜	DXB
伦敦	HUY	洛杉矶	LAX	莫斯科	MOW
平壤	FNJ	德黑兰	THR		
苏黎世	ZRH	日内瓦	GVA		



4.4.5　预报计划

编制团号之后开始向境外地接社预报计划。预报计划的目的是使境外地接社将此团列入该社的接待计划，尽早预订酒店、车辆等。预报计划的内容应该包括团号、旅游团的准确人数、团队抵 / 离时间及交通工具、行程、食宿标准及其他要求等。

4.4.6　预订机位

预报计划之后就向国际航空公司预订机位，务必清楚航班时间和行程，并且提前预订、上交名单。预订机票确认团队出发日期，计算好签证所需的时间，准备送签。

4.4.7　审核送签

1. 审核资料

收到客户资料后，出境组团计调员对出境客户资料进行详细审核。由于各个国家和地区所需资料有所不同，因此需要根据游客所选目的地的不同进行一一核对，主要是审核资料的完整性和有效性。一是确认正确详细的团队行程和名单。二是审核证件。因为每个国家办理签证的要求不一样，所以在检查护照时，主要关注护照是否在有效期内，除个别国家外，大部分国家要求从出发之日要有 6 个月以上的有效期。港澳通行证要求游客返回之日在有效期内即可。三是审核签证。如果是游客自备签证参团旅游，确认签证是否有效，如无签证则需要填写申请签证个人资料表。审核完资料后，如果发现问题应立即与游客取得联系。及时将团队资料进行分类，建立团队文件包，贴上标签，注明线路和出团日期，在团队文件包中还要备有准确的行程表、收客名单等。

2. 送签

报名结束后，出境组团计调员应按照目的地国家和地区的签证要求，收集游客的签证资料(范本 4–8)，并严格预审，帮助游客按要求审核好资料，尽量避免拒签。不同的国家和地区对证件的要求是不一样的。去韩国及东南亚国家，资料要求相对简单，要提供护照和照片；去亚洲其他国家如日本，以及欧洲、大洋洲、美洲的一些国家，也需要护照和其他相应的资料，但是资料要求相对多些，也比较严格，并且要保证所需的证件在有效期内。又如，同是落地签，巴厘岛、马尔代夫等地，需要游客在报名时就把护照中有照片的那一页传真过去，用于出机票，以及给地接社传过去做签证；而新加坡是落地团签，需要游客在到达之前就由当地的地接社提前办完，但要先发占位单过来。

出境组团计调员还要根据游客要去的国家和地区，估算准备资料、做签证需要的时间，以此决定游客适合什么时间段的团。例如，东南亚签证需要 3 个工作日，日本签证需要 5 个工作日，欧洲申根签证需要 10 个工作日。

签证签出以后，签证部要核对名单、签证有效期、签证生效期。




范本 4-8　申请签证个人资料表

姓　　名		曾 用 名	
出生日期		身份证号	
出 生 地		国　　籍	
性　　别		婚姻状况	
护照号码		护照签发日	
月 收 入		护照有效期	
任职部门		职　　务	
办公电话		手机号码	
在职时间		邮政编码	
家庭住址			
邮政编码		家庭电话	
工作单位			
单位地址			
单位负责人		负责人职务	
邀请公司名称			
邀请地址			
邀请公司联系人		邀请公司电话	
负责人电话			
是否有同行人员，如有请注明并说明关系：			
是否有过该国签证记录： 是否有过该国拒签记录：			
最近一次申请该国签证的签证类型： 最近一次去该国时间及离境日期：　　　　年　　月　　日—　　年　　月　　日			
此次出国目的城市： 去和回的大概时间：			

家庭情况					
配偶姓名		出生日期		出生地	
单位名称					
职　　务			单位电话		
子女姓名 1			出生日期		
子女姓名 2			出生日期		

续表

父母情况(父母姓名必须填写，包括已故)			
父亲姓名		出生日期	
母亲姓名		出生日期	
备注： 以上资料用于协助您申请签证，请如实填写(电话号码前请标注区号)。填写工整、清晰，并请注意签证申请表中的内容要与签证资料一致，如职务、出行日期、停留日期等。 本人声明：以上所填内容完全属实，否则本人接受被取消申请资格并由本人承担造成的所有风险和损失！ 申请日期：　年　月　日　　申请人签名：			

4.4.8　签合同收全款

签证成功之后，必须签订《出境旅游合同》。根据《出境旅游合同》的要求，填写相关项目，并且要将合同的内容告知游客，然后收齐全款，上交财务部门。

4.4.9　境外地接社书面确认

出境组团计调员一定要督促境外地接社在最短的时间内(8 ～ 24 小时)书面确认。确认重点为境外机(车或船)票、住宿、交通、结算等事宜。

4.4.10　发出正式计划

前期预报计划经过变更、确认后，出境组团计调员应该在团队到达境外第 1 站前 10 ～ 15 天内，将正式计划邮寄或传真至境外地接社。正式计划内容包括发团确认书，团队行程和各项服务的标准及特殊要求，团队游客资料(姓名、性别、年龄、身份证号或护照及签证号码等)，各地接社名称、联系人及联系电话，旅行团委托协议书。正式计划用正式文件的格式打印，并加盖旅行社公章，每地寄出两份以上。它既是接团计划，也是对方的结算收款依据，应力求准确无误。一般在正式计划发出以后，不应再有大的变更，发计划时应附上回执，以便对方寄回，确认收到无误。

4.4.11　出机票

团队出发前，出境组团计调员应再次核对团队名单，出机票，仔细检查机票，看机票是否与行程吻合、游客姓名是否准确。如有错漏，马上更改。团队出发前，需要将团队名单、行程盖章之后传真至保险公司，为游客购买保险。

4.4.12　派领队

出境旅游必须委派出境领队，出境领队作为国内组团社的代表和团队利益的代言人，对组团旅行社圆满履行旅游合同、提高旅游者舒适度和满意度、维护游客生命财产安全起



着极其重要的作用。出境组团计调员要根据游客的情况选派一名出境领队全程陪同。派遣海外领队，需要提前10天安排，并在第一时间通知出境领队，以便其做好相应的准备工作。将发团的旅游行程、人数、时间、注意事项等具体要求，以出团计划单的形式发给海外领队并提醒出境领队携带各项证件资料，协助海外领队处理带团过程中的各项事宜。

4.4.13　召开行前说明会

在办理好出国护照、签证和机票后，旅行社为了通报出国旅游的有关情况并了解游客的特殊要求，会适时召开行前说明会。时间通常安排在出发前1～2天，需2～4小时。行前说明会一般在旅行社召开，有时也在游客较集中的单位召开。为了表示旅行社对这次会议的重视，通常都会有旅行社经理以上人员出席。出境领队是行前说明会的主角，应代表组团旅行社向游客介绍行程、回答提问。行前说明会应做好以下工作。

1. 经理介绍整体安排

经理介绍出境领队及团队总的行程安排及重要的注意事项，感谢游客对本旅行社的信任，表明旅行社热忱服务的态度。

2. 领队致欢迎词

欢迎词的主要内容是对游客表示欢迎和感谢；自我介绍；表达自己真诚服务的愿望；预祝游客旅途顺利。

3. 行程说明

向旅游团发放行程表，按行程表内容逐一介绍目的地国家(地区)的基本情况、特殊的法律制度、礼节礼貌和风俗习惯，并可穿插播放介绍旅游目的地国家(地区)概况的视频；同时说明哪些属于自费项目，告知所经城市及集合时间和地点。

4. 落实有关事项

在说明会上应落实的事项包括住宿、国内段返程机票是否已订或交款、机场税包否、是否有单项服务等特殊要求、是否有各种特殊要求，并登记好游客的特殊要求。

5. 说明有关注意事项

要求游客注意统一活动，强化时间观念及相互之间的团结友爱。提醒游客带好相关物品，如有效证件(身份证、护照、通行证等)，适合当地气候特点的衣物、太阳镜、雨具、洗漱用品、常用药品、照相机、摄像机、电池和充电器等。提醒游客每人可带的现金数量。

为了让游客切实做好出发前的准备工作，避免在境外出现旅游事故，建议旅行社出境领队将出境说明事项的主要内容打印成书面文件分发给每一位游客，尤其要将海外自费项目价格、外汇兑换方式及兑换率、游客饮食及穿着提醒、游客安全注意事项等内容罗列其中，便于游客掌握。



4.4.14　最终确认付款

出发前 24 小时内与对方核对计划，要求对方最终确认，向对方催要结算单。确认团队质量无异议，经财务部审核，总经理批准，将团款汇入境外地接社账户。

4.4.15　发出团通知书

根据最终落实的团队情况向海外领队派发出团通知书。给游客的出团通知书上包含团队的行程，出发时间、地点，紧急联系人姓名、电话，注意事项等信息。

4.4.16　发团管理

1. 发团

出境组团社通过以上各项准备工作之后，就可以把组成的团队发给境外地接社负责接待。

2. 监督

出境组团社发团之后，团队在境外运行中，出境组团计调员通过对地接社的监督，督促对方签订旅游合同。团队发出之后，出境组团计调员要随时监控团队的异地运行，监控内容如下。

(1) 监督境外地接社的接待情况。

出境组团计调员在团队发出后应该履行监督职责。监督境外地接社的接待质量，具体监督方法可以通过出境组团社派出的领队或游客的信息反馈而定，发现问题及时纠正，消除各种隐患。

(2) 监督领队的工作情况。

出境组团计调员在团队发出后应该要求领队定期向出境组团社汇报团队的情况，同时还要向境外地接社了解领队在工作中是否认真履行自己的职责。

(3) 监督游客的游览情况。

出境组团计调员在团队发出后应该向领队、境外地接社了解游客游览的情况，在第一时间发现问题，并及时与境外地接社协商解决，保证团队顺利游览。对违规游客应收集证据，为以后处理问题留下依据。

3. 送团

在团队顺利结束境外行程返回本地后，出境组团计调员与领队一起做好送团工作。主动征求游客的意见，让游客愉快地结束整个旅游行程。

4.4.17　后续工作

1. 报账登账

在团队回国后，出境组团计调员根据境外地接社账单、导游报账单、机票订单存底及



签证数量，开始核算实际成本。做完成本单后交由销售人员本人签字，再由计调员签字后报备财务核算成本。在核算成本的同时，将地接社和导游余款的账单做好支出单，让部门领导审核并签字，再由财务、总经理签字后，交给财务准备付款。报账之后，计调员应将涉及该团的协议单位的相关款项及时登录到团队费用往来明细表中，以便核对。

2. 归档总结

团队结束后，出境组团计调员要将所有操作传真及单据复印留档，作为操作完毕团队资料归档。对参团游客进行回访，建立客户档案。在团队回国后叮嘱接团人收取护照和登机牌，将所有资料装入专门的信封或口袋并写上团队名称，存入档案库，并在计算机里备份团队档案。团队操作流程结束后需要跟踪团队反馈，记录团队历史记录中的重要信息，以便核对。

3. 调整产品

出境组团计调员应根据产品销售情况、出团量、团队质量对产品进行适当调整。销售良好的产品可适当增加出团计划，销售欠佳的产品要总结是线路本身不够吸引人，还是市场等因素造成的。如团队质量出现问题要追溯原因，对于接待单位也要磨合、斟酌和选择。

【任务实训】

出境组团计调工作流程模拟

▶ 实训目的

掌握出境组团计调的工作内容和工作流程。

▶ 实训内容

到学校附近的国际旅行社出境部进行参观实习。

▶ 实训步骤

第一步：教师联系学校附近的国际旅行社出境部。
第二步：学生到旅行社出境部参观，出境组团计调员给学生进行示范讲解。

▶ 实训成果

归纳总结出境组团计调的工作流程。

【任务完成】

通过对本任务的学习，学生掌握了出境组团计调员在出团前期的业务准备、发团管理阶段及散团收尾阶段的具体工作流程与工作内容，能够在旅行社出境部进行简单的业务操作。



同步练习

一、填空题

1. ________就是通过各种途径，将游客送抵旅游目的地国家(地区)的旅游业务的操作者。

2. 中国大陆居民赴台旅游需要办理的证件是________和________。

3. 出境旅游一般办理团体签证，________人以上的旅游团可申请办理团体签证。

4. ________签证的中文解释是“被批准的旅游目的地国家”，持有这种签证的人必须团进团出。

5. 到位于两国的边境或者两国的交界地区旅游，需要办理________。

6. 汇率就是人民币与美元或其他国家(地区)主要流通货币之间不断变化而产生的比率。如果境外接待国币种升值，组团社成本就会________。

7. 询价时必须认真填写________，以询价为最终依据，只有在询价的基础上才能报价。

二、单项选择题

1. 中华人民共和国公民出国旅游一般都是办理(　　)。

A. 外交护照　B. 公务护照　C. 普通护照　D. 官员护照

2. 巴黎位于东一区，东京位于东九区，当北京时间为上午 10:00，巴黎和东京时间分别是(　　)。

A. 0:00 和 9:00　B. 3:00 和 9:00　C. 3:00 和 11:00　D. 5:00 和 11:00

3. 在国际旅游活动中，选用最多的交通工具是(　　)。

A. 民用航空器　B. 火车　C. 轮船　D. 汽车

4. 出境计调员应该在团队到达境外第 1 站前(　　)天内将正式计划邮寄或传真至境外地接社。

A. 1 ～ 5　B. 5 ～ 10　C. 10 ～ 15　D. 15 ～ 20

5. 派遣海外领队需要提前(　　)天安排，第一时间通知领队，以便领队做好相应的准备工作。

A. 1　B. 5　C. 10　D. 15

三、多项选择题

1. 2012 年 5 月 15 日实施的电子护照在传统本式普通护照中嵌入电子芯片，并在芯片中存储了持照人的(　　)。

A. 个人基本资料　B. 面部肖像　C. 指纹信息

D. 签证信息　　　　E. 家庭信息

2. 各国入出境需要办理的手续有(　　)。

A. 机票检查　　　　B. 卫生检查　　　　C. 边防检查

D. 海关检查　　　　E. 安全检查

3. 签证根据停留次数可分为(　　)。

A. 一次签证　　　　B. 两次签证　　　　C. 多次签证

D. 长期签证　　　　E. 短期签证

4. 出境旅游线路包含的内容有(　　)。

A. 线路名称　　　　B. 行程特色　　　　C. 行程安排

D. 报价　　　　　　E. 注意事项

5. 出境旅游线路报价主要包含的项目有(　　)。

A. 国际往返大交通费　　　　　　　　B. 境外接待费

C. 签证费　　　　D. 小费　　　　E. 保险费

6. 国际机票的税有很多种，主要的 3 种是(　　)。

A. 离境税　　　　B. 过境税　　　　C. 入境税

D. 机场税　　　　E. 海关使用税

四、判断题

1. 中华人民共和国护照的有效期一般为 10 年，16 周岁以下中国公民的护照有效期为 5 年。(　　)

2. 当人们跨过一个区域，就将自己的时钟校正 1 小时，向东减 1 小时，向西加 1 小时)，跨过几个区域就加或减几小时。(　　)

3. 旅游团队要办理落地签证，应事先经有关国家地接社报该国签证机关同意后才能发团。(　　)

4. 出境旅游团队购买的机票一般都是团体票，有效期为一年。(　　)

五、简答题

1. 开发出境旅游线路有哪些具体要求？

2. 简述出境组团社的报价流程。

3. 简述出境组团计调员采购服务的主要内容。

4. 出境组团计调员应该如何选择境外地接社？

5. 出境组团计调员要随时监控团队的异地运行，应该监控哪些内容？

六、案例分析题

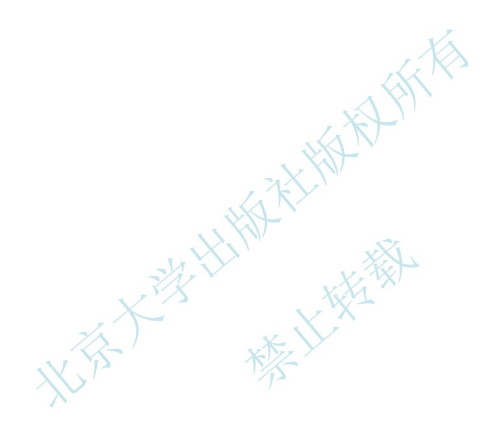
数名游客误机该怎么办？

2019 年 7 月 25 日，计调员朱荣给游客预订了揭阳到西港的航班。在出发前，航空公司发来文件，通知修改航班时间。这时，朱荣应该通知代理修改时间，但是朱荣没有认真



看文件，理解错误，导致通知的时间比实际的航班时间晚了 1 小时。最后，由于朱荣的失误，导致数名游客误机，游客拿出订票信息上的时间与实际的航班时间对比，发现时间错误，于是就向代理商要求退还机票款，并且补偿损失。最后，朱荣的领导知道了此事，主动向游客赔礼道歉，并且赔偿了游客的损失。

请问：计调员在采购机票时应该注意哪些问题？





项目5 入境接待计调实务

项目概述

本项目主要介绍入境接待计调员应掌握的基础知识、主要业务及工作流程。首先，介绍入境接待计调员应该掌握的基础知识。其次，阐述入境旅游线路的设计与开发、定价与报价及入境接待服务的采购方法。最后，详细地分析入境接待计调的整个工作流程。本项目分为4项任务，每项任务都按照“任务导入→任务分析→任务实训→任务完成”来组织安排。

知识目标

1. 了解入境接待计调在国际法律、证件、海关、客源国习俗和禁忌等方面的基本知识。
2. 熟悉入境旅游线路设计、开发、定价、报价。
3. 明确入境接待服务的采购内容和方法。
4. 掌握入境接待计调的工作流程。

能力目标

1. 能独立地设计入境旅游线路，并对设计的旅游线路进行定价和报价。
2. 能及时地采购各地接待服务。
3. 能够在国际旅行社进行入境接待计调操作。



任务 5.1　入境接待计调基础知识

【任务导入】

▶ 案例介绍

某家旅行社有一支日本团，计调部经理在派车时，只考虑到车况，驾驶员也常做外团，因此就派了一辆较新的绿色金龙车。而做旅游的人应该知道，日本人是忌讳紫色和绿色的。当年，可口可乐和百事可乐竞争日本市场，就是因为百事可乐的包装主色调是紫蓝色，而可口可乐的包装主色调是日本人喜欢的红色，最终百事可乐进军日本市场失败，可口可乐取胜。可是，当地陪询问计调部经理时，该经理却责怪地陪不提前告知这些情况。

▶ 请问

计调部经理应该知道客源国的概况和忌讳吗?

▶ 案例解析

作为计调部经理，应该知道我国主要客源国的概况及其忌讳。计调员在工作时应该全面细致，在向用车单位下订单时，不仅要落实用车时间、接车地点、座位数，还要对车容、车貌、车况进行了解。在航空票务方面，不仅要对票务中心报计划，还要对机型、航空公司、航班时间等进行跟踪。因此，入境接待计调员应该对我国出入境管理的相关法律法规、入境签证的签发、主要客源国特殊喜好和禁忌、国际时差、我国少数民族文化习俗等有全面的了解。

【任务分析】

旅行社入境旅游业务，是指旅行社招徕、组织、接待外国旅游者来我国旅游，入境游客主要来自境外直客(即“自联”)和国内客户(即“横向”或者地接)两种情况，其中境外直客又包括境外团队(境外旅行商和专业机构)和境外散客(游客或者直客)，国内客户又包括国内旅行商 (团队和散客) 和国内相关机构 (团队和散客)，如图 5.1 所示。

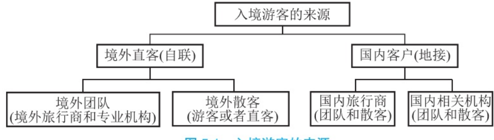


图 5.1　入境游客的来源

入境接待计调是指接受中国境外的国家和地区(含中国港澳台地区)组团社委托，按照其要求在中国境内的旅游目的地完成其对游客承诺的旅游行程安排的过程。国际入境接待计调员就是在国际旅行社中操作这项业务的工作人员。入境接待是展示一个国家对外接待水平和形象的窗口，所以作为入境接待计调员更应该掌握相关知识。

5.1.1 我国出入境管理的相关法律法规

入境接待计调员一定要认真学习《中华人民共和国出境入境管理法》《中华人民共和国护照法》《中华人民共和国出境入境边防检查条例》《中华人民共和国国境卫生检疫法》《中华人民共和国海关法》等相关法律法规，认真贯彻执行，依法办事。同时，要熟悉入境游客出境时的手续及所需注意的问题，并提前做好相关的准备工作。对于那些刚刚开拓中国旅游市场的国外旅行社，要做好前期的调研工作，一旦确立关系，则需要让对方熟悉我国的法律，并要求对方在入境之前对游客做好法规宣讲工作。

5.1.2 入境旅游所需证件

1. 护照

护照(美国护照见图 5.2)是一个国家主管机关发给本国公民出国或在国外居留的证件，证明其国籍和身份。入境团体游客最好办理个人单独护照，这样能对外出活动、住宿登记、更改旅游线路带来很多方便。

2. 签证

签证是一个国家的主权机关在本国或外国公民所持的护照或其他旅行证件上签注、盖印，以表示允许其出入本国国境或者经过国境的手续。中国政府规定，外国人入境应当向中国的外交代表机关、领事机关或外交部授权的其他驻外机关申请办理签证(图 5.3)。华侨回国探亲、旅游无须办理签证。



图 5.2 美国护照



图 5.3 中华人民共和国签证



外国人入境，应当向驻外签证机关申请办理签证。签证分为外交签证、礼遇签证、公务签证、普通签证。对因外交、公务事由入境的外国人，签发外交、公务签证；对因身份特殊需要给予礼遇的外国人，签发礼遇签证。外交签证、礼遇签证、公务签证的签发范围和签发办法由外交部规定。对因工作、学习、探亲、旅游、商务活动、人才引进等非外交、公务事由入境的外国人，签发相应类别的普通签证。普通签证的类别和签发办法由国务院规定。签证的登记项目包括：签证种类，持有人姓名、性别、出生日期、入境次数、入境有效期、停留期限，签发日期、地点，护照或者其他国际旅行证件号码等。

外国人申请办理签证，应当向驻外签证机关提交本人的护照或者其他国际旅行证件，以及与申请事由相关的证明材料，按照驻外签证机关的要求办理相关手续、接受面谈。外国人申请办理签证，需要提供中国境内的单位或者个人出具的邀请函件的，申请人应当按照驻外签证机关的要求提供。出具邀请函件的单位或者个人应当对邀请内容的真实性负责。

出于人道主义原因需要紧急入境，应邀入境从事紧急商务、工程抢修或者具有其他紧急入境需要，并持有有关主管部门同意在口岸申办签证的证明材料的外国人，可以在国务院批准办理口岸签证业务的口岸，向公安部委托的口岸签证机关申请办理口岸签证。旅行社按照国家有关规定组织入境旅游的，可以向口岸签证机关申请办理团体旅游签证。外国人向口岸签证机关申请办理签证，应当提交本人的护照或者其他国际旅行证件，以及与申请事由相关的证明材料，按照口岸签证机关的要求办理相关手续，并从申请签证的口岸入境。口岸签证机关签发的签证一次入境有效，签证注明的停留期限不得超过 30 日。

3. 港澳居民来往内地通行证

港澳居民来往内地通行证(图 5.4)，有效期 10 年，俗称“回乡卡”或“回乡证”，通行证的前身是俗称“回乡证”的港澳同胞回乡证。





图 5.4　港澳居民来往内地通行证

5.1.3　入境手续

1. 边检手续

外国旅游者必须在指定口岸向边防检查站(由公安、海关、卫生检疫三方组成)交验有



效护照和中国的签证、证件及卫生检疫证明，填写入境登记卡(图 5.5)，经边防检查站查验核准加盖验讫章后入境。在乘坐长江游轮及进入境内酒店时需提供入境口岸及入境日期，所以在入境口岸加盖的签章务必清晰。

外国人出境卡 DEPARTURE CARD
请交边防检查官员查验 For Immigration clearence

姓 Family name
名 Given names
护照号码 Passport No.
出生日期 Date of birth 年Year 月Month 日Day 男 Male 女 Female
航班号/船名/车次 Flight No./Ship's name/Train No. 国籍 Nationality
以上申明真实准确。
I hereby declare that the statement given above is true and accurate.
签名 Signature
妥善保留此卡，如遗失将会对出境造成不便。
Retain this card in your possession, failure to do so may delay your departure from China.
请注意背面重要提示。 See the back →

外国人入境卡 ARRIVAL CARD
请交边防检查官员查验 For Immigration clearence

姓 Family name 名 Given names
国籍 Nationality 护照号码 Passport No.
在华住址 Intended Address in China 男 Male 女 Female
出生日期 Date of birth 年Year 月Month 日Day
入境事由(只能填写一项) Purpose of visit (one only)
签证号码 Visa No. 会议/商务 Conference/Business 访问 Visit 观光/休闲 Sightseeing/in leisure
签证签发地 Place of Visa Issuance 探亲访友 Visiting friends or relatives 就业 Employment 学习 Study
航班号/船名/车次 Flight No./Ship's name/Train No. 返回常住地 Return home 定居 Settle down 其他 others
以上申明真实准确。
I hereby declare that the statement given above is true and accurate.
签名 Signature

图 5.5 边防检查入境登记卡

2. 海关检查

外国人和华侨可持有效证件在指定的对外开放的口岸出入中国或祖国大陆，香港同胞持证经深圳、澳门同胞经拱北通行。海关通道分为应税通道(亦称“红色通道”)和免税通道(亦称“绿色通道”)两种。海外旅游者进入中国境内，一般须经“红色通道”，事先要填写旅客行李申报单向海关申报，经海关登记后放行。申报单上所列物品，海关加上“△”记号的，必须复带出境。申报单不得涂改，不得遗失，出境时再交海关办理手续；申报单应据实填写，申报不实或隐匿不报者，一经查出，海关将依法处理。海外旅游者来中国旅行，可携带旅程中需要的、数量合理的自用物品；年满 16 周岁以上的旅客可免税携带 400 支香烟和 2 瓶酒(每瓶 750 克)。

持有中国主管部门给予外交、礼遇签证护照的外国籍人员，海关给予免验礼遇的人员可选择“绿色通道”通关，但须向海关出示本人证件和按规定填写的申报单据。

国际预防接种证书
INTERNATIONAL CERTIFICATE OF VACCINATION
中华人民共和国出入境检验检疫
ENTRY-EXIT INSPECTION AND QUARANTINE
THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

图 5.6 黄皮书

3. 卫生检疫

外国人进入中国，应根据国境卫生检疫机关的要求如实填报健康申明卡，传染病患者隐瞒不报，按逃避检疫论处。一经发现，禁止入境；已经入境者，须让其提前出境。

来自传染病疫区的人员须出示有效的有关疾病的国际预防接种证书(俗称“黄皮书”，见图 5.6)；无证者，国境卫生检疫机关将从其离开感染环境时算起实施 6 日的留验。

来自疫区，被传染病污染或可能成为传染病传播媒介的物品，须接受卫生检疫检查和必要的卫生处理。



5.1.4　主要客源国(地区)特殊喜好和禁忌

入境接待计调员在操作团队的时候应特别注意游客的偏好和禁忌，并根据不同国家、地区及民族游客的风俗习惯进行团队操作，这样可以避免因为习惯的不同而引起的各种误会，从而为游客提供更加优质的服务，为旅行社赢得良好的声誉。

1. 中国港澳台地区

港澳同胞一般对数字 3 和 8(谐音分别为“生”和“发”)感兴趣。他们比较喜欢粤式饮食，宴请时穿着要清洁整齐，客人要待主人说“起筷”才开始进食，喝酒进食时应先谢谢女主人的款待；用餐时手不能横抬、枕桌，喝汤时不能出声，不能剩菜；上鱼时鱼头应对着客人，吃鱼时不能翻转鱼身；对中老年妇女忌称“伯母”(音同“百无”)；春节时，不能讲“新年快乐”(音同“快落”)；送花时忌送剑兰、扶桑、茉莉、梅花；送礼忌送钟、书籍、毯子。香港的习俗“吃盆菜”如图 5.7 所示。

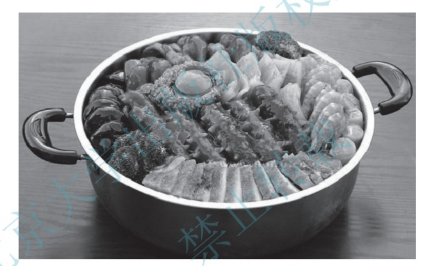


图 5.7　香港的习俗“吃盆菜”

台湾地区的民俗与闽、粤两省基本相同，民间送礼禁送粽子、年糕、糕点、扇子、手帕、雨伞、刀剪、镜子、钟，忌讳给产妇送鸭子。

2. 日本

日本人忌讳“4”(与“死”同音)、“9”(与“苦”同音)、“6”(与“苦”同音)、“13”(是 4 和 9 之和)。颜色方面，喜欢红色、红白相间、金银相间的颜色。忌讳绿色，不喜欢紫色、灰色与黑色(表示不幸的事)。喜欢樱花、乌龟、仙鹤、松竹梅图案。忌讳荷花、狐、獾、金眼猫或银眼猫的图案，不喜欢淡黄色或白色花卉图案。菊花图案为皇室专用。

饮食方面，日本人偏爱酸甜和微辣。对中国绍兴酒、茅台酒极感兴趣；喜欢中国的鲁菜、粤菜、闽菜、淮扬菜；一般不吃肥肉和猪内脏；忌讳客人只吃一碗饭就停下；忌在用餐时整理头发。礼仪方面，日本人注重礼节，见面礼是脱帽鞠躬，与日本人合影时不可三人一起合影。



3. 韩国

韩国人喜欢单数，不喜欢双数，忌讳数字“4”。饮食方面，韩国人偏爱辣、香、蒜味，不爱吃羊肉、肥猪肉和鸭肉，厌恶香菜，厌油腻。礼仪方面，应邀时应带小礼品，最好挑选包装好的食品。接受礼物要用双手，不要当面打开。酒是送韩国男人最好的礼品，但不能送酒给女性。若要拜访，一定要事先预约。韩国人很重视交往中的接待，宴请一般在饭店或者酒吧。在集体宴会中，男女分开进行社交活动。用餐时要请长辈先吃，主人敬菜要推让两次，第三次才能接受。吃饭时，不能把菜全吃光。拒喝别人的酒是不礼貌的。

4. 泰国、新加坡和马来西亚

(1) 泰国。

泰国人重头轻脚，除僧人外任何人都不能触摸别人的头部，忌拿东西从别人头上掠过。切勿把鞋底翘起对准别人。切忌用左手服务或吃东西。泰国以佛教为国教，人们应主动为僧侣让路、让座。交谈时不要赞美别人的婴儿，不公开批评人，不与已婚妇女长时间谈话。忌用红色签名或刻字。黑色、紫色服装为葬礼服装。饮食方面，泰国人偏爱辛辣味；喜欢中国的粤菜、沪菜、京菜、川菜；不喝热茶，忌食牛肉、海参，不喜欢酱油，不爱吃红烧菜肴、甜味菜、香蕉等。

(2) 新加坡。

新加坡总人口564万(2018年12月)，公民和永久居民399万。华人占74%左右，其余为马来人、印度人和其他种族。马来语为国语，英语、华语、马来语、泰米尔语为官方语言，英语为行政用语。主要宗教为佛教、道教、伊斯兰教、基督教和印度教。新加坡的主要景点有圣淘沙岛、植物园、夜间动物园等。

5. 西欧国家

西欧国家的游客一般不喜欢数字“13”，认为“13日的星期五”是最不吉利的日子。因此，在接待西欧客人时尽量不要安排“13楼”或者带有数字“13”的客房。

(1) 德国。

德国人不喜欢红色、红黑相间及褐色，最不喜欢墨绿色。讨厌菊花、蔷薇图案和蝙蝠图案，忌讳核桃。在送花时忌送菊花、玫瑰、蔷薇，支数和花朵数不能是“13”或双数。饮食方面，德国人比较喜欢中国的鲁菜、淮扬菜；不喜欢吃鱼、虾及海鲜，不爱吃油腻和过辣的菜肴。

(2) 法国。

法国人忌讳黄色、黑色、墨绿色，忌用孔雀、仙鹤、杜鹃花等图案。饮食方面，法国人喜饮葡萄酒，喜爱中国的鲁菜、粤菜、淮扬菜；不喜欢吃无鳞的鱼类，不爱吃过辣的菜肴。礼仪方面，法国人重视“女士优先”。

(3) 英国。

英国人不喜欢红色和墨绿色，忌用山羊、大象、黑猫、百合花图案。饮食方面，英国



人爱喝红茶，喜爱中国的川菜、粤菜；不爱吃带黏汁或过辣的菜肴，不喜欢用味精，不吃狗肉。礼仪方面，宴会上女宾为首席，用餐时忌刀叉碰响水杯；见面礼为握手，不喜欢通称“English”(英格兰人)，可将他们称为“British”(不列颠人)。

6. 美国、加拿大

美国和加拿大居民大部分为欧洲国家移民，信奉基督教，忌讳数字“13”，不喜欢“星期五”，尤其是“13 日的星期五”被他们视为不祥的日子。颜色方面，比较偏爱白色、黄色、蓝色，忌黑色，不喜欢红色。

(1) 美国。

美国人非常喜爱秃鹰和白猫的图案，忌蝙蝠、黑猫图案。饮食方面，美国人口味清淡，不爱吃蒜、过辣食品、肥肉和红烧菜肴；忌食动物内脏和动物的头部。礼仪方面，忌问对方年龄，忌谈话时距离太近。

(2) 加拿大。

加拿大人忌百合花图案。饮食方面，加拿大人口味清淡，喜爱烤制肉食，不喜欢过咸、过辣的食品，不喜蒜味、酸辣味调料；忌食动物内脏和脚爪，忌食虾酱、鱼露、腐乳等腥味食品。在私人空间，一般忌谈悲伤、死亡等话题。

7. 澳大利亚

澳大利亚人同样忌讳数字“13”，视“13 日的星期五”为不祥的日子，忌兔子图案，忌送菊花、杜鹃花、石竹花和黄颜色的花。饮食方面，澳大利亚人不喜辣味，不吃海参，喜酸甜味；比较喜欢中国的淮扬菜、浙菜、沪菜。礼仪方面，乘出租车必须有一人与驾驶员并排坐，以示尊重；不可竖大拇指表示赞扬，切忌对人眨眼睛。

【任务实训】

国际旅行社入境接待计调工作调研

▶ 实训目的

通过调研，了解国际旅行社入境部机构设置、计调岗位工作职责。

▶ 实训内容

以小组为单位，对当地旅行社入境部进行调研，了解入境接待计调的工作情况。

▶ 实训步骤

第一步：学生以小组为单位进行。
第二步：学生做好调研的准备，包括相关信息、调查问卷、访谈提纲等。
第三步：学生调研时讲究礼仪和沟通技巧。
第四步：学生撰写调研报告。



▶ 实训成果

每组提交一份调研报告。

【任务完成】

通过对本任务的学习，学生掌握了入境接待计调员应该掌握的相关法律知识、入境证件知识、入境海关知识、客源国(地区)的礼俗和禁忌等，并能够自觉地收集和掌握其他相关的知识。

任务 5.2　入境旅游线路的开发与报价

【任务导入】

▶ 案例介绍

国庆节期间，某国际旅行社组织一支入境团游览神农架—三峡(长江三峡风光见图 5.8)，途经江城武汉，顺便游览市内景点。从某寺庙出来后，旅游团被一群算命先生围住。这群人能言善辩，且强拉游客算命。他们事先说算命不要钱，可是算完了非要收钱不可，甚至伸手从游客兜里掏钱，弄得游客纷纷指责导游，责怪旅行社不应该安排类似景点，表示要投诉。



图 5.8　长江三峡风光

▶ 问题

旅行社今后在设计旅游线路时应该注意哪些问题?



▶ 案例分析

旅行社在设计旅游线路时应该注意 3 点。第一，在现代社会中，旅行社经营的旅游线路会受到社会环境的影响，本案例中算命先生骚扰游客就属于此类。对此，旅行社在安排旅游时，一定要先调查研究，掌握现状，以备妥善安排。同时，旅行社也应将旅游中碰到的问题，及时反映给旅游行政管理部门，以便及时有效地对旅游市场环境进行整顿。第二，旅游线路途经旅游点的各种旅游服务设施必须得到保障。旅行社在提供物质保障的同时，还要创造一个使游客身心健康的环境。第三，旅游产品投放市场并非产品设计过程的终结，旅行社应该对产品进行定期的检查与评价，以及必要的修订和改进，并广泛收集各种反馈信息，为进一步开发更优质产品提供依据。

【任务分析】

由于距离遥远，绝大多数境外旅行社对我国旅游目的地的了解相对较少，对旅游线路产品的开发设计需要我国的入境地接社给予更多的帮助，因此入境地接社的计调工作质量将直接影响境外旅行社的组团情况。在开发入境产品之前，一定要仔细研究入境海外游客的基本情况，然后有针对性地开发产品。

5.2.1　入境旅游线路的开发

1. 入境海外游客的基本情况

(1) 入境海外游客的构成。

① 境外直客(自联)。境外直客是入境地接旅行社直接从境外招徕的游客，称为境外直客，又叫自联。这种自联游客又分为两种。一是境外旅游团队，是境外旅行社和专业机构组织的旅游团队，由入境地接社直接负责接待。例如，泰国世纪风采旅游组织了 30 位泰国游客到北京旅游，由北京中国国际旅行社入境中心负责接待，这 30 位泰国游客就属于境外直客。二是境外散客，此类游客通过其他途径或者自己直接联系我国入境地接社。例如，美国的游客通过网络了解我国的某一家入境地接社后，直接与该旅行社联系参加旅游活动，这位游客就属于境外散客。

② 横向游客(地接)。横向游客是由国内其他旅行社或国内相关机构组织的入境游客，分为两种情况。一是由国内其他旅行社组织的入境游客。国内其他旅行社把这些游客发给异地入境地接社，由异地入境地接社负责接待在异地的游览事宜。这种横向游客又分为团队和散客两种形式。如美国的游客到北京旅游，由北京中国国际旅行社入境部门负责接待，在北京游览之后还需要到四川游览，这时北京中国国际旅行社入境部门就扮演了组团社的角色，四川省中国国际旅行社负责接待，就扮演了地接社的角色。二是国内相关机构组织的入境旅游团队。国内相关机构是指有组织接待境外人员的单位，如外事部门、高校、会展企业、会议公司等。如外事部门组织境外人员来我国参加活动，活动结束之后，



外事部门就会与旅行社联系，安排这部分人参加旅游活动。高校的留学生也会与旅行社联系，利用节假日旅游。例如，新加坡商务部门组织了20人到北京交流学习，由北京商务部门负责接待，交流学习之后他们要到长城、颐和园等地旅游，这个时候北京商务部门就会把20位游客交给北京中国国际旅行社入境中心负责接待。这些游客就属于横向游客。又如，北京大学的留学生要到西藏去旅游，北京某入境地接社就可以组织他们到西藏旅游。

(2) 入境海外游客的旅游行为变化与顾虑。

① 入境海外游客旅游行为的变化。

一是带有商务和休闲需求的入境游客日渐增加。据调查，有近1/3的游客来华有商务和休闲的双重需求，其中美国、马来西亚、新加坡3个国家的游客比例较高。

二是自由行的游客比例大约是跟团游客的2倍，其中日本、新加坡、美国的游客占比最高。

三是游客更加期待可以亲身体验中国悠久的人文历史。传统的旅游热门景点主要是长城、故宫等景点，越来越多的游客对中国多元的民族文化、民间故事及民俗工艺更感兴趣，期待可以亲身体验中国悠久的人文历史。2015年，Google搜索引擎中与丝绸之路旅游相关的热门关键词为敦煌、兵马俑和马可·波罗，海外游客对冒险、神秘、东方文化等相关的旅游产品有更高的期待。对于丝绸之路，受访者表示除了欣赏自然风光，亲身体验式的旅游方式，带有“冒险”“神秘/异域”“东方文化”“民俗生活”元素的旅游产品将会更令人期待。在涉及丝绸之路的省份中，沿海地区海外游客量高于内陆地区。内陆地区要提高知名度和游客量，可以考虑与沿海城市合作推广。

② 入境海外游客来华旅游的顾虑。

一是担心中国山区的网速影响旅游信息的收集。在整个旅行过程中，智能手机和笔记本电脑的使用率提升显著，63%的游客使用移动设备收集信息后，会直接使用移动设备预订或购买旅游行程，移动设备成为旅游消费的重要平台。网络媒体在旅游的各个阶段都是重要的信息来源，83%的游客通过网络媒体收集目的地相关信息，而87%的游客在网络媒体上预订行程，74%的游客在旅行期间需要建议时会依赖网络媒体。在旅游结束之后，56%的游客选择在网络上分享旅游心得。

二是担心当地的旅游环境。入境海外游客的顾虑更多是当地最基础的旅游环境，如饮食和厕所，分别占61%和51%，其次是担心会遇到欺诈行为及人多拥挤的情形。

2. 开发入境旅游产品应该遵循的原则

入境旅游产品的开发与国内旅游产品开发基本相同，但是，由于客源地的区别，还是有一些差别。例如，入境团队的行程安排与国内团队相比，没有那么紧凑，较为宽松舒适。在开发入境旅游产品时，还应该遵循以下原则。

(1) 旅游景区(景点)的选择要满足入境海外游客心理预期。

入境海外游客的心理预期通常是指游客对旅游目的地旅游价值的估量。入境海外游客在选择旅游目的地时，一般对于旅游目的地的历史文化、风俗民情及闻名中外的景区(景点)有较高的心理预期，并期望通过亲身前往加深了解和体验。所以，计调员要更多地了



解客源国(地区)的情况，在设计行程时结合当地的主流审美观、价值观等情况来安排游览内容。同时，对于旅游行程中景区(景点)的安排不要过于密集，给游客充分游览、品味和感受的时间与空间，尽可能实现或者超过游客入境前的心理预期。

(2) 行程制作要从为境外旅行社提供方便的角度出发。

入境接待计调设计制作行程的目的是为境外旅行社的销售提供便利，境外组团社将以此行程为主要内容进行宣传并招徕游客。因此，计调员在制作行程时要考虑周全，仔细推敲每个环节的可行性，要重点突出，特色鲜明，使日程具有较强的吸引力，同时应该将行程的卖点向境外旅行社做重点详细的介绍。

(3) 对行程内景区(景点)做一定描述。

相对于国内游客，入境海外游客对于旅游目的地的信息掌握甚少，对旅游目的地的景点了解不多，因此入境接待计调员在行程安排上，除了介绍游客感兴趣的景区(景点)的名称外，还要对景区(景点)进行比较详细的介绍性描述，为境外旅行社和游客提供更多方便。

3. 影响入境旅游产品开发的因素

(1) 本地旅游资源。

旅游资源是进行旅游产品设计的核心和物质基础，是旅游者选择和购买旅游产品的决定性因素。旅游资源的吸引力决定了旅游产品的主体和特色。旅游产品的设计必须最大限度地体现旅游资源的价值。它是一个地区旅游业存在和发展的基础，是旅游者选择旅游地的决定因素，也是旅游内容的重要组成部分，还是影响旅游产品竞争力的主导因素。入境旅游产品在旅游资源考量上主要凸显中国特色、东方文化和民族精神等方面。例如，四川旅游资源得天独厚，应以其数量多、组合优、类型全、价值高的旅游资源为载体，打造名副其实的风景大省，为其入境旅游发展奠定坚实的资源基础；福建在继续重点开发武夷山、湄州岛、鼓浪屿、惠安女、客家土楼五大旅游品牌的基础上，应大力推出妈祖文化旅游、中国茶都(安溪)茶文化旅游，这对外国旅游者具有很大的吸引力；湖南旅游资源品位高，特别是武陵源，世所罕见，其产品成熟度、知名度与配套程度迅速提高，已成为中国港澳台地区、日本及东南亚地区游客首选的旅游产品之一。

(2) 本地旅游设施。

旅游设施是完成旅游活动所必备的各种设施、设备和相关的物质条件的总称，是旅游经营者向旅游者提供旅游服务所凭借的各种物质载体，是旅游者实现旅游目的的保证。旅游设施不是旅游者选择和购买旅游产品的决定因素，但它能影响旅游活动与旅游服务的质量。因此，旅游设施的完善与否，直接影响境外旅游者的旅游效果。在旅游产品设计中必须充分考虑境外旅游者的客观条件与旅游过程中设施的方便性，使境外旅游者获得最佳旅游效果。

(3) 旅游可进入性。

旅游可进入性是指旅游者进入旅游目的地的难易程度和时效性。旅游活动异地消费的特点，决定了旅游产品的提供只能存在于旅游目的地，旅游者是否能够按时顺利到达旅游



目的地，是构成旅游产品设计的重要方面。因此，旅游可进入性是连接旅游者需求与各种具体旅游产品的纽带，是旅游产品实现其价值的前提条件。旅游可进入性的具体内容包括以下几个方面。

① 交通状况。旅游者的异地空间转移，依靠的是交通工具。现代交通工具的不断发展，是现代旅游业发展的基本条件之一。可以说，如果没有现代航空业的出现，就不会产生现代的国际旅游业。因此，良好的交通条件是旅游者进入旅游目的地的基本保证。交通条件不仅仅关系到旅游者能否到达旅游地，更重要的是能否安全、舒适和快速地抵达旅游地。

② 通信条件。通信设施也是旅游者能否顺利进入旅游地的重要条件。没有便捷的通信条件，旅游者、旅游经营者和旅游目的地之间难以进行及时准确的沟通，会给旅游活动的顺利实现带来很大的盲目性和不确定性。因此，旅游产品中通信设备的规模、能力及配套状况等，也会对旅游地的可进入性产生影响。

③ 手续的繁简程度。国际旅游中的入境手续的难易、繁简程度，以及办理效率的高低，不仅决定进入旅游地的难易程度，也对旅游产品的成本、质量、吸引力等有重要影响。

④ 旅游地的社会环境。旅游地的社会环境对旅游者进入的难易程度也有很大影响。例如，旅游地的民族文化中是否具有排外性因素，以及社会公众对旅游开发的态度、社会治安状况、管理水平等，都可能成为影响旅游可进入性的重要因素。

⑤ 宗教信仰原因。因为宗教信仰的原因，如信仰伊斯兰教的游客需要在清真餐馆用餐，在没有清真餐馆的地区旅游就很不方便。

(4) 旅游成本因子。

① 旅游时间。旅游时间包括旅游产品总的旅游所需时间，以及整个旅游过程中的时间安排。因旅游客源地、旅游目的地、出游季节、旅游者闲暇时间等不同，旅游产品的时间安排也不一样。从旅游经营者的角度考虑，旅游时间就是旅游者对各种旅游产品的消费时间，旅游时间的长短将直接影响旅游消费。旅游者逗留的时间长，旅游经营者获利也就多。

② 旅游价格。旅游价格(费用)是旅游者为满足其旅游活动的需要所购买的旅游产品的价值的货币表现。它受到许多外在因素的影响，如旅游供求关系、市场竞争状况、汇率变动及通货膨胀等因素，都会对旅游价格产生一定的影响。我国的旅游市场价格体系主要由旅游景区景点门票价格、旅行社价格、旅游酒店价格、旅游交通价格、旅游商品价格等相关价格要素构成。

(5) 旅游服务。

旅游服务是旅游经营者向旅游者提供劳务的过程，旅游服务质量直接影响旅游产品的质量，没有上乘的旅游服务水平，就没有优质的旅游产品。因此，旅游服务是旅游产品设计的核心内容，它在旅游产品设计中是不容忽视的。



4. 入境旅游产品开发的类型

(1) 地接旅游产品。

通常，入境地接社为入境游客设计的旅游产品仅为地接旅游产品。例如，新加坡游客从四川入境，只在四川旅游，为其设计的旅游产品就是成都—阿坝 10 日游(范本 5-1)。

范本 5-1　新加坡游客成都—阿坝 10 日游

第 1 天：新加坡—成都。住宿：成都。

第 2 天：成都—都江堰—汶川—茂县—松潘—川主寺—九寨沟(440 千米)。住宿：九寨沟沟口。

早起 6:00 左右从成都集合出发，途经都江堰，都汶高速沿紫坪铺库区而上，经汶川至茂县，品尝羌族风味餐——羌族十三花(12 菜 1 汤，餐标 30 元 / 人)，午餐后沿途观赏岷江河谷风光、藏羌民族风情，下午翻越 1933 年地震遗迹——叠溪海子，抵达松潘古城(不上城墙)，曾经是川西北地区最早的政治、经济、文化中心，后经川主寺到达九寨沟的后花园——中查沟自然生态园，在这里尽情享受草原风光，蓝天白云，白坚神山、九寨神水、仰佛神山、五彩神树、宝塔树、经幡林、神伞林、水能转经筒等景点，游览完后乘车前往酒店并入住休息。晚餐后参加“走进藏家烤羊”活动，品尝特色藏餐，体验藏族文化。

第 3 天：九寨沟日则沟、则查洼沟。住宿：风情街。

早餐后前往人间仙境、童话世界——九寨沟世界级自然风景区，进入景区后换乘景区观光车，进入“人间天堂”九寨沟国家公园。游览箭竹海—(步行)—熊猫海—(步行)—熊猫海瀑布—(步行)—五花海 / 孔雀海—(步行)—金铃海—(步行)—珍珠滩—(步行)—珍珠滩瀑布—(坐车)—镜海—(坐车)—诺日朗中心站—(步行)—诺日朗瀑布—(坐车)—犀牛海—(步行)—未名海—(步行)—老虎海—(步行)—树正瀑布—(步行)—树正群海(树正寨)。

第 4 天：九寨沟。住宿：川主寺。

坐直达原始森林的班车在“镜海”下车，镜海—(步行)—日则沟群海—(步行)—诺日朗中心站—(坐车)—犀牛海—(坐车)—长海 30 分钟—(步行)—五彩池 40 分钟—(坐车)树正寨 / 树正群海—(步行)—卧龙海—(步行)—火花海 10 分钟—(步行)—双龙海—(步行)—车经芦苇海，芦苇滩 / 玉带河—(步行)—盆景滩出沟。

第 5 天：川主寺—若尔盖—花湖—若尔盖。住宿：若尔盖。

早餐后从川主寺出发，乘车前往中国最美的湿地草原——若尔盖大草原，沿途欣赏川西大草原美丽的景色，经热尔大坝到达若尔盖湿地国家级自然保护区——花湖风景区(电瓶车自理)一片未被污染的处女地，感受明镜般的湖水中倒映着蓝天白云，领悟大自然的无私给予，这里是中国最大最平坦的湿地草原，四周数百亩水草地就是“高原湿地生物多样性自然保护区”，被喻为“地球的肾”，保护区有黑颈鹤、白天鹅、藏鸳鸯、白鹳、候鸟、梅花鹿、小熊猫等大量野生动物。您可以走上浮桥，陶醉在湖水和鲜花的美景中，与水鸟嬉戏。

第 6 天：若尔盖—唐克—瓦切(100 千米)。住宿：瓦切。

早餐后前往若尔盖唐克乡，到达被誉为“宇宙中庄严幻影”的九曲黄河第一弯，清澈的河流水势平缓，蓝天白云，绿草繁花，帐篷炊烟，牛羊骏马，盘旋的雄鹰，如诗如画，气象



续表

万千。若尔盖县到唐克乡需要 1 小时 40 分钟左右，黄河第一弯的游览时间大概需要 2 个小时。随后前往纪念第十世班禅大师诵经祈福之地瓦切塔林，塔林周围是一片连绵的经幡，甚为壮观。 第 7 天：瓦切—达古冰川—黑水。住宿：黑水。 早餐后，驱车前往黑水县，游览达古冰山风景区，乘坐景区内观光车沿途可游览金猴湖、上中下达古藏寨、藏酋猴观赏区、神牛湖、达古湖、昌达雪山、达古雪山，徒步游览“山是一尊佛、佛是一座山”的洛格斯圣山，以及凌云瀑布和鸿运坡，也可乘坐全球第一高海拔观光索道到海拔 4 850 米的冰川腹地，融入空旷寂灵的冰天雪地，游览一号冰川、东措日月海、一号冰舌、冰川云海、东天门，游览后乘车到达黑水县入住酒店。 第 8 天：黑水—卡龙沟—古尔沟。住宿：古尔沟。 早餐后，乘车前往卡龙沟，游览粗犷、原始、典型的湾崖景观和原始森林，这里的钙华彩池群胜过黄龙，景区内 5 200 米木栈道贯穿迎宾仙景、金沙滩、珍珠飞瀑、彩池盆景、龙鳞坡、生物彩池、钙华长坡、钙华彩池群、苔藓彩坡、滴水观音等，犹如童话世界。红军峡峭壁耸峙，激流奔腾，瀑布层叠，松涛密林，美不胜收。经过米亚罗景区，来到温泉之乡——古尔沟。 第 9 天：米亚罗—桃坪羌寨—成都。住宿：成都。 早餐后，乘车赴米亚罗核心景区——毕棚沟(景区门口至上海子停车场沟内观光车 50 元 / 人，整个景区游览时间大概 4 个小时)，沟内雪景及原始森林，景区内有天地八绝，即原始森林、湿地草甸、高原湖泊、溪流瀑布、终年冰川、千年雪山、彩铃红叶、峡谷温泉。在这里，可以尽情观赏古朴的原始风光——海龙王潭、女皇峰、哈姆湖、神女十二峰、白龙瀑布、磐羊湖……让您流连忘返，将这与大自然最亲密的接触留在心里，回味一生！穿梭于原始森林，远眺绵延崎雪山雄峰、望飞泻而下的瀑布、看星罗棋布的海子，梦幻般的世界让您领略别样的异族风情，途经美丽的桃坪羌寨游玩，桃坪羌寨以其典型的羌族建筑、交错复杂的道路结构被称为“东方神秘古堡”，是世界保存最完整的羌族建筑文化艺术“活化石”。桃坪羌寨似乎浓缩了羌族千年的历史，在桃坪羌寨内，羌民们保留着传统的生活习惯，从田间采摘苹果的孩童到门前穿着整齐民族服饰的老者，从正在织羌绣的妇女到喝着青稞酒的彪汉，都呈现出一种田园牧歌式的生活境界。游览后返回成都。 第 10 天：成都—新加坡。 早餐后自由活动，送机返回新加坡。

(资料来源：四川省中国青年旅行社。)

(2) 外省旅游产品。

境外游客不从本地入境，也不在本地旅游，只在外省旅游，这时入境地接社为其设计的旅游产品仅为外省旅游产品。例如，四川省中国青年旅行社接待的新加坡游客，游客从新加坡飞到上海，然后直接从上海飞到太原。山西—五台山、云冈石窟、平遥古城、乔家大院、杏花村、壶口瀑布双飞 7 日游见范本 5-2。



范本 5-2　山西—五台山、云冈石窟、平遥古城、乔家大院、杏花村、壶口瀑布双飞 7 日游

第 1 天	23/9：新加坡—上海　参考航班 MU566。 24/9：上海—太原　参考航班 MU24010。含晚餐。住宿：太原阳光大酒店。 于上海前往山西太原。太原三面环山，是一座具有 2 400 年历史的古城，有“锦绣太原城”的美誉。这里曾为北部边防重镇，是兵家必争之地，有“中原北门”之称，2011 年被列为国家历史文化名城。太原也是我国北方重要的商业、工业城市，在清代，这里的粮行、绸缎、钱庄等十大行业曾盛极一时。参观山西“小江南”晋祠(游览 40 分钟)。晋祠作为全国重点文物保护单位之一和著名的游览胜地，常年接待国内外成千上万的游客。这里山环水绕，古木参天，在如画的美景中，历代劳动人民建筑了近百座殿、堂、楼、阁、亭、台、桥、榭。晚餐后入住指定酒店休息。
第 2 天	25/9：太原—五台山(240 千米，约 4.5 小时车程)。早餐：酒店。午餐：五台山风味素斋。晚餐：中式合菜。住宿：五台山中宇大酒店。 早餐后，前往中国四大佛教名山之首的五台山(文殊菩萨的道场)，一起走进古老而神秘的佛教清凉圣境，参观清帝之行宫——菩萨顶(游览 40 分钟)，它是五台山五大禅处之一，也是清室皇帝朝山所居行宫。五台山黄庙领袖寺，建筑之华丽居山中诸寺之冠。参观显通寺(游览 40 分钟)，它是中国最早的寺庙之一，与洛阳的白马寺齐名，初创于东汉，是五台山历史最久远、占地面积最大、影响最广的寺庙。参观塔院寺(游览 40 分钟)，寺内释迦牟尼舍利塔高耸云霄，塔刹、露盘、宝瓶皆为铜铸，塔腰及露盘四周各悬风铃，因通体呈白色，故俗称大白塔，是佛国五台山的象征。参观章嘉活佛修行的道场镇海寺(游览 40 分钟)。晚餐后，入住酒店休息。
第 3 天	26/9：五台山—大同(300 千米，约 3.5 小时车程)。早餐：酒店。午餐：中式合菜。晚餐：大同风味火锅。住宿：大同浩海国际酒店。 早餐后，乘车前往塞外古都、煤海之乡——大同，大同是中国的历史文化名城之一，历代的军事重镇，是兵家必争之地，也是山西省最丰富多彩的旅游区之一。途中参观世界级危岩建筑悬空寺(游览 1 小时)，游览世界文化遗产——云冈石窟(游览 2 小时)，石窟依山而凿，绵延 1 千米，规模宏伟，雕饰奇美。云冈石窟是我国最大的石窟之一，与敦煌莫高窟、洛阳龙门石窟和天水麦积山石窟并称为中国四大石窟艺术宝库。晚餐后入住酒店。
第 4 天	27/9：大同—太原(300 千米，约 4 小时车程)—汾阳(100 千米，约 2 小时车程)—平遥(50 千米，约 1 小时车程)。早餐：酒店。午餐：中式合菜。晚餐：晋商乡音表演用餐。住宿：平遥晋商府邸。 早餐后，乘车赴平遥，参观国家 4A 级旅游景区老醋坊，醋坊采用明清建筑风格，采用驴拉磨、人推碾、古法酒精发酵、古法淋滤等方法，一步步再现了古代酿醋工艺。老醋坊的博物馆里陈列着醋坛、醋葫芦、醋车等古代盛醋器皿和运醋工具，展示了山西悠久的酿醋文化。乘车赴杏花村，参观杏花村汾酒集团，汾酒文化源远流长，是晋商文化的重要一支，与黄河文化一脉相承。汾酒集团拥有“杏花村”“竹叶青”两个中国驰名商标。晚餐后入住客栈。
第 5 天	28/9：平遥—临汾(160 千米，约 2.5 小时车程)—壶口(100 千米，2 小时车程)。早餐：酒店。午餐：平遥小吃。晚餐：壶口风味鲤鱼。住宿：壶口天河花园。 早餐后，前往世界历史文化遗产、全国四大古城之一的平遥古城(游览 2.5 小时)，畅游这座具有 2 700 多年历史的古城，欣赏古城风貌，游中国银行的鼻祖——日昇昌票号、古代县令审案的地方——县衙，漫步平遥的“华尔街”——明清一条街，进入街面小店了解平遥三宝——推光漆器、冠云牛肉、长山药粉，游中国票号博物馆。午餐后，前往壶口景区，晚餐后入住酒店。

续表

第6天	29/9：壶口—太原(370千米，约5小时车程)。早餐：酒店。午餐：中式合菜。晚餐：山西风味面食。住宿：太原阳光大酒店。 早餐后，游览黄河壶口瀑布。黄河是中华民族的象征，在这里，古今诗人和音乐家奏出了一曲曲《黄河大合唱》，参观我国第二大瀑布——壶口瀑布(参观约1.5小时)，徜徉在波涛汹涌的母亲河畔，一览黄河的壮观和雄伟。后乘车赴临汾，中餐后，乘车赴太原，途中参观洪洞大槐树寻根祭祖园旅游景区，探寻600年前移民浪潮历史遗迹(游览约1.5小时)，观"饮水思源"、根字碑，观迁民故事的雕塑群，观二、三代槐树；在祭祖堂寻根祭祖。乘车赴被称为"华北第一民俗博物馆"的乔家大院(游览约1.5小时)，乔家大院位于祁县乔家堡村正中。这是一座雄伟壮观的建筑群体，从高空俯视院落布局，很像一个象征大吉大利的双"喜"字，被专家学者恰如其分地赞美为"北方民居建筑的一颗明珠"。晚餐后入住酒店休息。
第7天	30/9：太原送团。早餐：酒店。 早餐后，参观山西博物院(游览约1小时，周一闭馆)，山西博物院是全省最大的文物收藏、保护、研究和展示中心，藏品约40万件，荟萃山西文物精华，其中青铜、玉器、雕塑、壁画等尤具特色。根据航班时间送团。

(资料来源：四川省中国青年旅行社百姓之旅。)

(3) 本省游加外省游旅游产品。

境外游客从本地入境，既要在本地旅游，又要到外省旅游，这个时候我们为其设计的旅游产品即为本省游加外省游旅游产品。如成都—蜀南竹海—水墨映秀—大足石刻—山城重庆6日游行程就属于这种产品(范本5-3)。

范本5-3　成都—蜀南竹海—水墨映秀—大足石刻—山城重庆6日游行程安排

第1天：新加坡—成都。不含餐。住宿：成都香格里拉大酒店或城市名人酒店。

乘机前往天府之国——成都，接机后前往成都武侯祠博物馆。游览具有"三国圣地"美誉的武侯祠。祠内翠柏森森，殿宇重重，布局严谨，庄严肃穆。今存高达12米的刘备墓(惠陵)、蜀汉"直百五铢钱"和47尊蜀汉人物塑像等珍贵文物。后前往民俗休闲一条街——成都锦里步行街，自由活动。晚餐后可游览兼具艺术与文化底蕴的花园洋楼等建筑群落组成的"宽窄巷子"。徜徉其间，让您充分体会"最成都"的"闲生活""慢生活""新生活"。注：宽窄巷子也有许多小酒吧，尤以茶马古道最为出色，周围的海鲜烧烤、乐山烧烤一定会让您流连忘返。

第2天：成都—宜宾(280千米)—蜀南竹海(70千米)。含早餐。住宿：宜宾世外桃源度假酒店。

早上从成都出发，途经张大千的故乡内江，到恐龙之乡、灯之城、盐之都自贡参观恐龙博物馆(50元/人)。接着乘车去游览风光秀丽的万里长江第一城——宜宾，途中可远眺长江、岷江、金沙江三江汇流处。午餐后抵蜀南竹海，游览超凡脱俗、荡涤烦忧的忘忧谷景区，让"万竿翠竹荡涤世间烦尘"(约1小时)；去我国第一家"竹"专业博物馆——蜀南竹海博物馆追溯千古民族文化，领略万载竹海之风采(约0.5小时)，回酒店自由活动。



续表

第 3 天：蜀南竹海—成都。含早餐。住宿：成都香格里拉大酒店或城市名人酒店。

早餐后，前往素有“竹海明珠”之称的佛、道文化圣地——仙寓洞探奇(约 40 分钟)，赏始建于明末时期的天宝古寨(全长 1 500 米)、古代兵法精粹——《三十六计》的丹霞石刻，感受“一夫当关，万夫莫开”险道奇观；筏舟海中海感受“天上有竹海，竹林住神仙。碧波连天处，天上似人间”的水国景色。午餐后，登观海楼赏 120 平方千米的竹海全景(乘坐索道 40 元 / 人)，领略“万顷竹海波涛涌”的气势；漫步“玉柱框栏，红霞铺地”的翡翠长廊，游览竹海最大的瀑布群——七彩瀑布景区。随着山势的曲折迂回，从茂竹、幽谷、小溪、飞瀑到江畔、古洞、高崖、险峰，让人真正体会到整个身心融入山水的乐趣(约 1 小时)。

第 4 天：成都—映秀—水磨—成都。含早餐。住宿：成都香格里拉大酒店或城市名人酒店。

成都经都江堰抵达“5 · 12”大地震震中——映秀，沿紫坪铺库区而上，观赏“地震壁画”，经漩口集中村，百花“5 · 12 断桥”抵达震中映秀，参观张家坪牛眠沟汶川大地震震源点、漩口中学地震遗址等，登渔子溪观景台，纪念大地震遇难者集体公墓。观映秀地震全貌(交警队、映秀小学、映电宾馆、映秀政府大院、岷电公司、映秀老街)，后前往具有浓郁西羌民族特色的水磨羌城，游览明代的古戏台——万年台，以及名称取自唐代诗人王之涣的名句“羌笛何须怨杨柳，春风不度玉门关”的春风阁，沿着禅寿老街，踏着整洁的石板路一路走来，飘香的水磨老腊肉，鲜嫩的豆花，还有九大碗的流水席，飘得老远的香味让你忍不住寻着前去……结束愉快行程。

第 5 天：成都—重庆—大足。含早餐。住宿：重庆万豪酒店。

早餐后乘动车前往重庆后乘车前往大足区(车程约 2 小时)，抵达后吃午餐，餐后参观世界文化遗产、世界八大石窟之一——大足石刻。它代表了公元 9—13 世纪世界石窟艺术的最高水平，大足石刻分布于大足区的西南、西北和东北的扇区，共 23 处，其中比较重要的有宝顶山、南山、石门、石篆山石刻，是大足石刻中规模最大、艺术价值最高的石刻造像代表。

第 6 天：重庆市内游。

早上 8:00 由朝天门乘车出发，环游半岛风光，沿滨江路赴华严寺风景区，感受千年古刹的祥和与宁静。参观重庆市一级文物保护单位湖广会馆，了解数百年前“湖广填四川”的移民浪潮。然后，到重庆餐饮业重点企业周君记火锅产业工业园(约 40 分钟)，参观重庆火锅的制作过程，免费品尝重庆火锅产品。到革命传统教育基地国民党在渝最大的两个监狱渣滓洞、白公馆缅怀革命先烈(约 1 小时)，然后参观磁器口古镇感受重庆人文文化(30 分钟)，经过滨江路返回渝中区参观重庆标志建筑重庆市人民大礼堂外观(约 20 分钟)，车观洪崖洞，最后来到重庆富园超市自由选购驰名中外的重庆特产(约 30 分钟)。结束愉快旅程。

(资料来源：四川省中国青年旅行社。)

5.2.2　入境旅游线路的报价

组织入境旅游的旅行社相对于外国组团社来说，它是国内地接社；相对于国内各地方的地接待来说，它又扮演着组团社的角色。线路的定价、报价是一门很深的学问，有很多技巧。报价之前首先要明确入境旅游产品价格的构成。



1. 入境旅游产品的价格构成

入境旅游产品的价格包括国内大交通费、餐费、住宿费、目的地交通费、门票、导游费及综合服务费。另外，在报价中一定要列明包含的项目和不包含的项目。国际惯例的小费一般不包括在报价中。具体来讲，入境旅游产品的构成又分为以下几种情况。

(1) 本地入境、本地游时价格构成。

如果游客从本地入境、只在本地游时，入境接待费用与国内接待是一样的，主要由餐费、住宿费、门票、目的地交通费、导游费、保险费及综合服务费构成。即

入境地接社价格＝餐费＋住宿费＋目的地交通费＋门票＋导游费＋保险费＋综合服务费

(2) 本地入境、异地游时价格构成。

如果游客从本地进入，只在异地游时，入境地接社充当的是国内组团社的角色，入境接待价格就是国内大交通费、全陪费、办证费(如外国游客和我国台湾地区游客到西藏旅游就需要办理入藏函等)、各地国内地接社报价。即

入境地接社价格＝国内大交通费＋各地国内地接社报价＋全陪费＋办证费

(3) 本地入境、既有本地游又有异地游时价格构成。

如果游客从本地入境、既有本地游，又有异地游时，这时入境地接社既充当了国内地接社的角色，又充当了国内组团社的角色，因此其价格构成就包含了国内接待业务价格和国内组团业务价格。即

入境地接社价格＝国内接待业务价格＋国内组团业务价格

＝本地接待费＋国内大交通费＋各国内接待社报价＋全陪费＋办证费

2. 入境旅游产品的报价流程

(1) 向各服务单位询价。

入境接待计调员与境外游客确定好旅游线路之后，就开始以询价单的方式向酒店、餐饮公司、汽车租赁公司或者境外地接社等部门询价，要求对方尽快确认报价，没有询价是不能报价的。

(2) 入境地接社内部计价。

入境地接社内部计价就是把通过询价的各服务单位的报价加起来，即计算入境地接社总成本的过程。计价一定要准确，不要遗漏相关服务项目。

(3) 向境外组团社或者国内相关部门报价。

入境接待计调员在计价的基础上，根据团队的实际情况和旅行社的经营情况加上一定比例的利润，就可以向境外组团社或者国内相关机构报价。

3. 入境旅游产品报价方法

根据全国国际社入境游接待的实际情况，总结入境旅游接待报价形式主要有两种。

(1) 含“综合服务费”式报价。

综合服务费包括市内交通费、导游费、领队减免费、通信联络费、旅行社宣传费等，



然后平均到每个游客身上，按照一定的标准收取费用。目前很少使用这种方法。

(2) 成本利润报价法。

成本利润报价法就是把入境地接社的各项成本加起来，然后加上一定比例的利润，就作为向境外组团社或国内相关机构的报价。成本包括入境地接社本地接待的住宿费、餐费、交通费、门票、导游费等，以及到异地旅游的大交通费、异地接待费、全陪费等。利润根据各个旅行社的实际情况而定，一般为 15% ～ 20%。目前各旅行社主要采用这种方法报价。现以成都—阿坝 10 日游为例。该团的成本为 4 304 元 / 人，假定利润率为 10%，那么报价应该为 4 734 元 / 人，见范本 5–4。

范本 5–4　成都—阿坝 10 日游

第 1 天：新加坡—成都。住宿：成都。

第 2 天：成都—都江堰—汶川—茂县—松潘—川主寺—九寨沟(440 千米)。住宿：九寨沟沟口。

第 3 天：九寨沟日则沟、则查洼沟。住宿：风情街。

第 4 天：九寨沟。住宿：川主寺。

第 5 天：川主寺—若尔盖—花湖—若尔盖。住宿：若尔盖。

第 6 天：若尔盖—唐克—瓦切。住宿：瓦切。

第 7 天：瓦切—达古冰川—黑水。住宿：黑水。

第 8 天：米亚罗—桃坪羌寨—成都。住宿：成都。

第 9 天：成都—新加坡。

详细行程见下表：

<table>
<tr><td colspan="3">团队报价：4 734 元 / 人。</td></tr>
<tr><td>日期：2016 年 9 月出发。</td><td>人数：7 人。</td><td>费用合计：4 304 元 / 人。</td></tr>
<tr><td>租车费</td><td colspan="2">9 020 元 / 台(15+2 座)+ 接机送机费 200 元 ×2+ 市内接送费 150×2 ÷ 7 人 =1 388 元 / 人。</td></tr>
<tr><td>住宿费</td><td colspan="2">1 124 元 / 人。
成都 100 元 ×2(准四)+ 九寨沟 80 元 + 九寨沟景区口 200 元 + 川主寺 90 元 + 若尔盖 140 元 + 瓦切 100 元 + 黑水 180 元 + 古尔沟 134元(当地准四星，九寨沟一晚当地准四，一晚景区内藏式小别墅，瓦切为一般住宿)。</td></tr>
<tr><td>门票</td><td colspan="2">九寨沟 310 元 + 花湖 65 元 + 九曲 55 元 + 达古冰川(含观光车)190 元 + 卡龙沟 48 元 + 毕棚沟 30 元 =698 元 / 人。</td></tr>
<tr><td>餐费</td><td colspan="2">35 元 / 人 ×15=525 元 / 人(正餐 35 元 / 人，酒店含早餐)。</td></tr>
<tr><td>导游费</td><td colspan="2">450 元 / 天 ×8 天 ÷ 7 人 =3 600 元 ÷ 7 人 =514 元 / 人。</td></tr>
<tr><td>保险费</td><td colspan="2">保险：55 元 / 人。</td></tr>
<tr><td>计价</td><td colspan="2">计价 = 车费 1 388 元 + 住宿费 1 124 元 + 门票 698 元 + 餐费 525 元 + 导游费 514 元 + 保险费 55 元 =4 304 元 / 人。
合计：4 304 元 / 人。</td></tr>
<tr><td>报价</td><td colspan="2">报价 =4 304 元 + 利润 =4 304 元 ×(1+10%)=4 734 元 / 人。(假定按照 10% 利润来计算，利润可以根据实际情况变化)。</td></tr>
</table>



4. 入境地接社报价说明

入境团队的报价除大交通费用外，极少采用分项明细报价的形式，一般核算出单人地接价即可。以下几项需要在报价中明确标准。

(1) 单房差。

单房差是指单间差，就是游客单独包住一个房间需要另外缴纳的房费差额。由于游客的特别要求、团员人数或者男女搭配不成比例等原因，有少数游客可能会单独包住一个房间。此项费用作为境外旅行社的支出项目，需要在报价中单独列出。许多境外团队游客在我国国内的旅游住宿是单人单房的形式，此类情况下不存在单房差的问题。

(2) 15+1 FOC。

FOC 是 Free Of Charge 的缩写，15+1 FOC 就是 16 免 1 的意思。国际旅游业内的财务结算有每满 16 位游客就减免一个收费的惯例。航空公司在对旅行社销售时，对满 16 位游客的团队有优惠 1 位游客机票的促销方式，旅行社的地接费用同样采用这种计算方式。入境接待计调员一定要在报价单上将这项惯例做明显的标注，以方便境外旅行社对旅游产品的销售。不同的旅行社对 15+1 FOC 中被免费游客的成本核算方式不同，有的旅行社要求将这项成本计入报价中，也有的旅行社在自己利润中内部消化。

(3) 列出报价中包含项目。

由于入境团队报价单上没有对价格的分项描述，因此入境接待计调员需要单独在页尾将报价所包含的项目一一罗列清楚。这些项目包括旅游酒店的星级标准、旅游正餐(包括风味餐)的次数和标准、旅游交通的标准、游览景点的门票说明、导游服务语言种类及标准等。大交通的费用及票面种类，如内陆段机票、火车票或船票，一般单独列出，不包含在单人价格内。

报价不包含的服务项目。一般来说，入境接待报价不包含短途火车上的餐费、航空意外保险费等。

(4) 优惠项目。

为增强竞争力，细化对游客提供的服务，地接社经常会提供众多优惠项目，入境接待计调员要将其作为一项促销手段单独在报价中列出。如瓶装饮用水，游客购买不方便，地接社会免费为游客提供矿泉水；热带地区游客前往寒冷地区旅游时，缺少生活经验，旅行社将免费为游客提供棉帽、手套、围巾、口罩等；旅行社免费提供当地风味餐等。

(5) 陪同人员的费用。

入境团队的陪同主要是海外领队或者全陪。陪同人员费用一般包括大交通费和陪同床位费。

(6) 结算方式。

入境游中，一般是国内地接社向海外组团社先收一部分预付款，其余部分在团队离开前结清。

(7) 免责声明。

入境游接待报价在实施过程中因不可抗力造成的损失，旅行社不承担责任，由此产生的费用游客自理。因天气原因旅行社有权调整游览顺序，但是要确保不减少计划游览项目。



【任务实训】

入境旅游线路的报价

▶ 实训目的

掌握入境旅游线路报价的构成和方式。

▶ 实训内容

黄山某国际社入境部接到一个东南亚 16 人的入境团的询价，要求 3 天内游览黄山、西递、宏村、九华山，住黄山玉屏楼宾馆和九华山的五溪山色大酒店，正餐 50 元 / 人，请作为入境接待计调员结合当地实际情况快速给出报价。

▶ 实训步骤

第一步：设计这 3 天的行程安排。
第二步：向相关接待部门询价。
第三步：进行内部计价。
第四步：向境外组团社报价。

▶ 实训成果

提交一份境外组团社报价单。

【任务完成】

通过对本任务的学习，学生了解了影响入境旅游线路开发的因素、开发原则及开发类型，掌握了入境地接社旅游线路价格的构成要素、计价和报价的基本方法，能够独立为境外旅游者设计旅游线路。

任务 5.3　入境接待计调的采购业务

【任务导入】

▶ 案例介绍

上海某国际旅行社有一个入境去西藏的团队，入境接待计调员小吴很有经验。以前，去西藏的入境团一直有个稳定的合作伙伴——西藏某旅行社，接待服务质量很不错。这次，他在安排本地接待社时，考虑到在西藏有位大学同学正新开了一家有入境接待资格的旅行社。前不久这位同学来上海了，聊天后，他了解到同学开的这家旅行社是一家专门做西藏地接的，而且同学信誓旦旦，说一定能让游客满意，价格也很合理。所以，小吴就把

这个团队发给了自己的同学。游客入藏后，这位同学亲自接团，还另外安排了送鲜花的环节，6天的行程安排得妥妥帖帖，服务得非常周到，游客非常满意。后来，几次接待业务后，小吴与同学成了真正意义上的合作伙伴。

▶ 问题

入境接待计调员应该如何为入境团队选择异地接待社?

▶ 案例解析

入境旅游团在异地游览时，入境接待计调员应寻找合法的、服务规范的地接社。在本案例中，上海某国际旅行社的入境接待计调员小吴是一个老计调员，通过和同学面谈以及他对专业接待的考虑，果断发团考察，最终游客满意、同学满意、他也很满意，而且在西藏地区多了一个稳定的合作伙伴，为以后入境西藏游的接待计调提供了更多的选择空间。

【任务分析】

入境地接社主要采购本地旅游服务，但是很多时候入境游客除了在本地游之外，还要到异地游览，这时入境地接社就充当了国内组团社的角色，需要采购餐饮、住宿、交通工具、旅游景区、旅游购物、旅游娱乐项目、国内异地接待社等服务，下面分别进行阐述。

5.3.1 餐饮的采购

入境游客正常日程中每天需要安排一顿早餐和两次正餐(包括午餐和晚餐)。在旅游餐的预订方面，入境接待计调员应该注意以下几点。

1. 亲自选择用餐地点

与国内游客餐饮预订有所不同，对于境外游客，入境接待计调员要亲自选择用餐地点，进行团队餐的预订，不允许导游私自订餐，更不能给导游提供拿餐饮回扣的机会。导游必须带领团队在旅行社安排的餐馆(饭店) 内用餐。遇到特殊情况，导游也必须得到计调员批准后方可更换餐馆(饭店)。

2. 关注境外游客饮食习惯

境外游客的饮食习惯普遍清淡，菜肴里面不要放味精，要求菜品不能油腻，口味也不能过重；部分境外游客对以动物内脏为主料制作的菜品非常反感；狗肉菜品对于宠物保护观念强烈的游客同样不适应；很多入境游客因为宗教信仰等原因会拒食牛肉、羊肉菜品。对于以上特殊情况，计调员一定要提前与餐馆(饭店) 协调，保证满足游客各种合理的用餐要求。近年来，也有要求提供素食的游客，他们的菜品需要餐馆(饭店) 单独提供。素食分为绝对素食和相对素食，绝对素食就是菜肴不要放包括葱、姜、蒜在内的任

何佐料，油只能用植物油，鸡蛋在他们看来也属荤菜类而不能接受；相对素食可以有鱼类和鸡蛋。

当然，对于有特殊要求的境外游客，境外旅行社一般会提前以醒目的方式给国内地接社以提醒，入境接待计调员对此类要求一定要在尊重的基础上进行细致而特别的安排。

3. 合理搭配一日三餐

境外游客的早餐一般安排在酒店，以中西餐结合的自助餐为宜。正餐要吃出特色，吃出品位。所谓特色，就是多安排一些有中国特色的餐馆(饭店) 和菜品，如山东的鲁菜、四川的川菜、湖南的湘菜、广州的粤菜等。在安排用餐时只有将当地的特色与中国文化巧妙结合，才可能让游客满意。

4. 高度重视用餐环境

入境接待计调员对境外游客的用餐环境要给予高度重视。除了保证菜品干净、可口、足量等最基本的条件外，还要保证餐馆(饭店) 用餐环境良好，尽量安排境外游客在包房、无烟、安静和方便进出的区域用餐。

5.3.2　住宿的采购

境外游客非常注重住宿环境，多数境外游客把住宿当做实现旅游目标的重要保障，晚上在酒店休息得好，才能保证第二天的旅程顺利。一般来说，境外游客住宿的酒店比较豪华高档，大多是四星级或者五星级的酒店。入境接待计调员在预订酒店时应该特别注意以下几点。

1. 预订时间要早

星级酒店的预订大多由专业的计算机程序来处理，可以准确地接受几个月之后，甚至十几个月后的房间预订。入境接待计调员应尽可能早地将团队的用房预订通知酒店，房间预订得越早，计调员对旅游团队房间安排的主动性越大，团队的接待工作就越有保证。

2. 预订要有据可查

入境接待计调员与酒店销售部的业务往来应尽量选用传真等书面方式进行，要养成及时归档预订确认的好习惯。当使用电子方式时(如 QQ)，一定要在计算机中保存好相关的消息历史记录，以备后查。

3. 超预订房间

入境接待计调员收到的团队操作预报，一般是境外旅行社根据经验对团队销售的判断结果，所预报的人数一般不会有很大的变动，但是会有小范围的调整。入境接待计调员在预订酒店时，除了要保障游客的必需用房数量外，可以多预订 3 间左右的房间，一般的酒店都允许团队抵达时临时取消超预订的房间。



4. 及时做最后确认

境外旅游团队临近成行日期时，境外旅行社会发来最后的确认名单，这份确认名单将关联到国际机票的出票情况。入境接待计调员要将此名单及时传送给所预订的酒店。一方面，可以将团队准确的用房数告诉酒店；另一方面，很多境外领队有要求酒店提前分房的工作习惯，酒店得到名单后才可以将房间分配好，团队抵达后游客就能够直接入住房间，行李员也可以依照名单与房号将游客行李及时送达。

5. 要留意游客的特别要求

由于生活习惯不同，一部分境外游客对入住的房间会有一些特殊的要求，如酒店品牌的选择(国际品牌还是当地品牌的酒店)，入住无烟楼层、无烟房间，房间通风良好、卫生间特别干净等；也有亲朋好友一起参加一个团队时，要求安排连通房。当然有特殊要求的游客，会在团队出发前把自己的特别要求告诉境外旅行社。入境接待计调员在接到这些要求时，一定要通知酒店认真落实，最大限度地满足游客的要求。

5.3.3 交通工具的采购

1. 交通工具的预订

(1) 境内大交通的预订。

境外出具的国际段或者国际＋国内联程票的价格要比国内出具的票价优惠很多，境外旅行社可以自行完成查询并定制大交通票据。但是，我国国内段的铁路、水运等大交通工具的安排几乎全部由我国的入境地接社计调员提供信息、预订并购买。购买火车票和船票时，最好是连号票，这样方便游客集中，游客之间可以互相照顾。入境接待计调员在预订国内大交通票据时，一定要注意交通票的时间与旅游行程协调一致。

(2) 旅游汽车的预订。

除了大交通之外，境外游客在国内某一地域的实际旅游交通工具以旅游汽车为主，计调员要提前进行旅游汽车的预订。

入境接待计调员预订车辆时要注意安排车况新、乘坐相对舒适、行李架齐全、影音娱乐器材齐备的豪华旅游大巴。境外团队所用的旅游汽车不能一人一车座，建议预留1/3以上的空位，如20人的旅游团队，要安排37座左右的旅游车。

2. 交通工具的再确认

(1) 国际机票的再确认。

入境团队的大交通一般牵涉国际航空机票，所以入境接待计调员一定要对此有充分的认识，在境外团队进行旅游活动期间，计调员应及时掌握交通工具的变化情况，并针对变化做出及时的调整。

入境旅游团队的往返国际机票由境外旅行社出具，虽然办理国际机票的再确认等手续是领队的职责，但是领队毕竟是境外人员，入境接待计调员应该设身处地为领队和游客多



做协助工作。入境接待计调员应该协助领队及时核对国际段机票信息并提醒团队的返航航班详细情况，对于境外团队来说，这项工作非常重要。团队是否能够按照预期的返程航班准时返回，与国内旅行社的接待工作息息相关。

(2) 国内段机票的再确认。

入境接待计调员在操作有国内段机票的入境旅游团队时，其中一项很重要的工作就是协调上、下站地接社，通知他们准确的航班信息，不能出现上站送出游客下站没人接待游客的情况。如果一个城市有两个以上的机场或者航站楼，计调员要对领队、导游进行特别的提醒。

入境接待计调员受境外旅行社的委托代订国内段机票时，要核实清楚旅行社和游客的要求，当游客的机票有时间、航班班次和舱位等级不同要求时，一定要在出票前仔细核对确认。

(3) 对铁路、水运客票的再落实。

对由境内铁路、水运安排的入境团队，入境接待计调员协调上、下站地接社的衔接也十分重要，一定要仔细落实，坚决杜绝在衔接过程中可能发生的任何问题。

如果境外游客乘坐的火车或者轮船检票时间短，建议游客提前将大件行李托运，必须随车船的行李提前联系好车站行包房有偿代为搬运；如果旅游团从某地出发，在另一段的旅游活动结束后，还要再次返回某地，计调员可以提醒游客将用不到的行李免费寄存在住宿酒店。

5.3.4　旅游景区的采购

1. 准备景区(景点)所需资料

旅行社与景区(景点)会签订合作合同，按照合同规定，景区(景点)给旅行社提供优惠门票。不同的景区(景点)在不同的时间段，要求旅行社提供的材料和文件不尽相同。入境接待计调员在团队入境前要及时与景区(景点)联系，按照其合同约定准备进入景区(景点)所需要的资料和文件。

2. 熟悉景区(景点)的容人量

随着人们对资源的保护和可持续开发利用等意识的增强，部分景区(景点)已经对外界有“每天限量接待”的规定，入境接待计调员应该熟悉这类景区(景点)的最大日容量。在公共节假日和旅游旺季，特别是操作大型的包机、专列、邮轮等团队时，入境接待计调员一定要提前和景区协调，保证境外游客在景区(景点)的可进入性。

5.3.5　旅游购物的采购

自《旅游法》实施以来，得到关注最多的就是“禁止强迫游客购物”。入境游客虽然是外国人或者我国港澳台同胞，但是他们在中国境内的旅游活动适用于《旅游法》，而且海外媒体和公众对这部法规的关注程度丝毫不亚于境内。因此，入境接待计调员在安排境外游客旅游购物时应特别注意以下几点。



1. 不能强迫购物

游客的购物活动应该遵循自愿购物的原则，不能“强迫”，入境接待计调员不能将购物安排作为必需项目写在日程里。

2. 应该向境外旅行社和游客介绍购物点情况

“不强迫购物”的要求不等于“不能安排购物”。旅游购物是游客消费异地文化的一项内容，也是增加旅游目的地 GDP 收入的一项来源，国家出台这项法规的目的不是限制游客的购买行为，而是为了更好地保护游客的消费行为。入境接待计调员可以向境外游客提供当地特产及购物点的相关情况，供游客自主选择。

3. 禁止导游安排计划外购物

入境接待计调员在给导游布置任务时，应特别强调对于境外游客购物的相关要求，明确告知导游不能随意安排购物。如果境外游客自行提出增加购物点的要求，导游应在第一时间请示旅行社，之后听从指示为游客安排。

4. 珠宝类商品的购买要谨慎

据统计，境外游客对于购买珠宝类商品出现的纠纷是比较多的，入境接待计调员在日程中要向游客做出特别说明。

5.3.6 旅游娱乐项目的采购

与旅游业发达的国家和地区相比，我国的旅游娱乐因受多种因素制约而开发水平相对滞后。但近几年来，在各级领导的关怀下，旅游娱乐业有了较大的进步，发展比较迅速。例如，山东曲阜的《杏坛圣梦》、泰安的《中华泰山·封禅大典》，云南的《印象·丽江》，湖南的《魅力湘西》，四川峨眉山的《圣象峨眉》、九寨沟的《九寨千古情》《藏谜》等，就是境外游客特别喜欢的娱乐活动。

旅行社计调员有义务和责任及时向境外旅行社和游客介绍这些娱乐活动。在实际旅游行程安排时，娱乐活动通常由导游现场推介，游客本着自愿的原则进行选择，不作为旅行社报价项目和预订的内容。

5.3.7 国内异地接待社的采购

入境旅游者在本地入境，又需要到异地旅游时，入境地接社还需要选择异地接待社。入境地接社应根据旅游客源市场的需求和发展趋势，有针对性地在各目的地旅行社中进行挑选和比较。

异地接待社的主要职能是根据入境地接社的预订，向当地旅游服务供应商订购有关服务，如客房、餐饮、汽车、景点门票、文娱门票及赴下一站的机(车、船)票等，将它们组合成包价旅游产品并在制定价格后预售给组团社。地接社在旅游者到达本地后，向他们提供上述已销售出去的各项服务，组织安排他们在本地旅游，并在事先或事后向入境地接社结算和收费。

异地接待社的选择，是入境地接社发团管理中的一个重要环节，对整个旅游活动的成功与否起着关键的作用。入境地接社对异地接待社要多方选择、重点培养，建立长期、稳定的合作关系。入境地接社在掌握众多异地接待社的情况后，要根据本次旅游团队的特点和要求，综合考虑各种因素，选择合作过的旅行社作为异地接待社。有时，一个团队的旅游目的地不止一个，就会涉及两家以上的地接社，所以，还要考虑各地接社之间的衔接和协作等因素。

总之，通过各种选择渠道，将意向性的合作伙伴的资料存档，填制地接社基本情况一览表。在建立合作关系之后，应按时记录地接社的接团情况。

【任务实训】

针对东南亚市场设计一条九华山拜佛祈福 3 日游旅游线路

▶ 实训目的

明确入境旅游线路设计的原则；掌握入境旅游线路设计的流程。

▶ 实训内容

以东南亚入境市场为例，设计一条九华山拜佛祈福 3 日游旅游线路。

▶ 实训步骤

第一步：确定线路名称。
第二步：确定行程特色。
第三步：安排 3 天的行程安排(包含每天六大要素的安排)。
第四步：报价(注明费用包含的内容、不含的内容)。
第五步：说明注意事项。
第六步：附上本地交通线路图和景点导游图。

▶ 实训成果

提交一份九华山拜佛祈福 3 日游旅游线路方案。

【任务完成】

通过对本任务的学习，学生了解了入境旅游线路的类型、开发原则及开发流程，掌握了入境地接社旅游线路价格的构成要素、计价和报价的基本方法，能够独立地为境外旅游者设计旅游线路，并进行计价和报价。



任务5.4 入境接待计调的工作流程

【任务导入】

▶案例介绍

入境部小梅是专门负责西班牙语市场的。该市场在C旅行社一直不太景气，可是，凭借小梅的热情、执着和良好的专业素养，西班牙一家大旅行社答应给她一个团让她接待，如果接待得好，今后可以发系列团给她。天公作美，这个团一路上很顺利，领队和游客都非常满意。可是到了最后一站，就在团队离境的倒数第二天，地陪出现了漏接事故，使得先前各个环节的一切努力都付之东流。

该团是一个二次返京团，离境的倒数第二天从西安返京。该团的北京地陪因临时套团，在此团到京当天去机场送另外一个团，送彼团和接此团的时间比较接近，所以就直接到机场等候了。按照常规，二次返京的团，陪同都是到汽车公司集合的，除非有特殊情况，计调员会根据外联下发的更改通知单，另行安排。

小梅和计调部的小柯是很要好的朋友。小柯也是个负责、细心的老计调员。小梅有一些急事需要马上处理，所以就口头对小柯说，陪同临时套团，汽车直发机场。小柯不经意地回答说，没问题。然而，时值旺季，团队非常密集，所有员工都在忙碌着。接完一个紧急电话之后，小柯就把这个临时更改忘得一干二净了。结果在团队到达的当天，地陪是左等不见车，右等还是不见车。驾驶员也觉得奇怪，眼看团队所乘班机都快落地了，可是地陪怎么还不出现，赶紧与计调部联系，可碰巧那天小柯又在外办事，好不容易联系上了，谁料他也是“丈二和尚——摸不着头脑”。接着又与小梅联系……就这样，折腾了半天，结果还是让团队在机场等了半个小时。这下，一切努力全白费了，领队的脸色可想而知。事后，小梅埋怨小柯，而小柯却直喊冤枉，友谊从此有了裂痕，系列团自然是另归他社。

▶问题

小梅从本案例中应该吸取哪些教训？

▶案例解析

旺季时，团量集中，工作量大，几乎所有员工都会加班加点地超负荷工作。这种情况下最容易出差错，就像驾驶员疲劳驾驶，遵守交通规则都容易出问题，何况不遵守呢。因此，团量越大、工作越繁杂，就越要按流程操作。“尊重流程，减少事故”。关系再好、事情再多，小梅也不应依靠口头更改，而必须严格按流程规范，发书面更改单给小柯，而且必须要有小柯接到更改后的签字确认。这时，即使小柯正在忙其他事情，他也会把签收后的更改单放入“待处理文件筐”中，事后逐一查看，并按轻重缓急的顺序逐一处理。这样操作，就不会出现漏接事故了。即便出现，责任也是有据可查的。事故避免了，小梅和小柯的友谊便也不会出现裂痕了。



无碳复写的更改单一般都是一式三份，一份给计调员、一份给财务、一份外联留底。目前，一些大的旅游企业，通过高科技手段实现“无纸办公”，开发相应的软件和系统进行业务操作，大大提高了工作效率。但是，不管是以什么形式操作，都会有相应的业务流程，业务流程是不容忽视的。

【任务分析】

入境接待计调的工作流程与国内接待计调的工作流程基本相同，只是国外入境团队在入境前需要准备好相关手续，如邀请函、中转机票、入境游客的资料登记等。另外，入境团队往往行程长，不单纯是在某一个城市或者区域游览，这样就需要多家旅行社共同操作完成。入境游客从报名、游览到最后结束游览需要很长的时间，在这个过程中，入境接待计调员不仅需要扮演入境接待计调的角色，还需要扮演国内组团计调员的角色，因此，一定要严格按照工作流程来操作。其工作流程分为14个步骤，如图5.9所示。

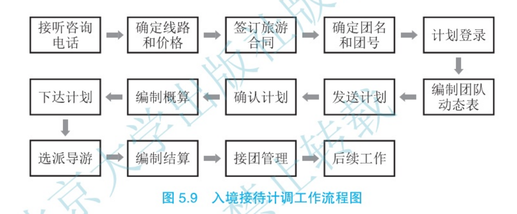


图5.9 入境接待计调工作流程图

5.4.1 接听咨询电话

入境接待计调员的工作流程是从接境外组团社、境外游客、国内旅行机构、国内相关机构的咨询电话开始的。他们打电话的主要目的是咨询旅游线路和报价。入境接待计调员在接听电话时应该问清对方的单位、姓名、电话、传真、团号、抵/离时间、往返大交通、所需产品(行程线路)、等级标准、团队大概人数、出行日期、游客有无特殊要求(如回民餐等)、是公司哪位业务员的客户及相关信息，并做好相应的记录。

5.4.2 确定线路和价格

1. 策划旅游线路

如果境外组团社、境外游客、国内旅行机构、国内相关机构提供了旅游线路，入境接待计调员就要仔细阅读并审核他们提供的行程。认为安排不合理或地接方面的特殊情况不可能实施的，就要向境外组团社、境外游客、国内旅行机构、国内相关机构说明情况要求更改，并提出相应合理的、可行的建议。如果他们没有提供旅游线路，入境接待计调员就



可以根据境外客户的要求推荐旅行社现有的旅游线路。如果境外客户对现有的旅游线路不满意，可以根据游客的要求重新设计旅游线路，经双方协商同意后确定为最终的旅游线路。

2. 询价、计价、报价

(1) 向协作单位询价。

如果入境团队是本地入境，只在本地旅游，只需要向本地的餐饮、酒店、汽车租赁公司、景区等部门询价就可以，与国内接待计调询价是一样的。如果入境团队是本地入境还要到异地旅游，就需要向大交通部门、异地接待社询价。以传真的方式向这些相关部门询价，要求对方传真确认接待价格。

(2) 计价。

入境计调计价就是在向本地各协作单位、大交通部门、异地接待社询价之后，进行内部计价，把各协作单位的价格加起来，就构成了入境地接社的成本。

(3) 报价。

在入境地接社总成本的基础上加上一定的利润(一般是15% ~ 20%)之后，就可以向境外组团社报价。报价的项目包括大交通费、住宿费、餐费、景点门票、导游费、异地接待费、利润等。具体操作方法请参照本书项目2和项目3的相关内容进行。

5.4.3 签订旅游合同

行程和报价确定之后，入境接待计调员就与境外组团社、境外游客、国内旅行社、国内相关机构签正式的旅游合同。其中对双方约定的事项进行程序上的确认，是入境接待计调员在操作上必不可少的程序。入境合同没有固定的格式，有些旅行社仍然使用国内合同，但是，一般入境地接社都事先与境外组团社签订长期的合作协议，基本上使用的是外文入境合同，每次接待入境游客直接签订已经拟定好的合同就可以。合同内容包括旅游时间，付款方式及付款时间，交付金额，双方的权利、义务、违约责任等。在双方协商时应注意措辞，避免发生争议。应该向对方提醒合同中的敏感条款，并适当加以解释和说明。在双方没有任何异议的情况下签字才生效，计调员一定要注意，如果任何一方没有签字，则该协议或旅游合同将被视为无效。

5.4.4 确定团名和团号

1. 团名

团名即旅游团的名称，一般由“国家 + 地区(省或城市)+ 组团社(简称)+ 线路名称”组成，用中文表示。例如，上海华夏旅行社接待日本东京樱花旅行社组织到上海的5日游旅游团，可以命名为“日本东京樱花旅行社上海5日游”。

2. 团号

转接中转入境团，在境外组团社的团号前加上本公司简约代码两位数即可。例如，香



港某旅行社组织一支北京承德 7 日游的旅游团，出团日期为 12 月 7 日，出团数为第二个团，其规范团号为 HBB05-2F1207B。入境地接社为宏达(北京)国际旅行社，接团后团号为 HDHBB05-2F1207B。

5.4.5　计划登录

接到境外组团社、境外游客、国内旅行机构、国内相关机构的书面预报计划之后，入境接待计调员应将团号、人数、国籍、抵 / 离机(车)、时间等相关信息登录在当月团队动态表中。如遇对方口头预报，必须请求对方以书面方式补发计划，或在我方确认书上加盖对方业务专用章并由经手人签名，回传作为确认件。

5.4.6　编制团队动态表

入境接待计调员要编制接待计划，将人数、陪同数、抵 / 离航班(车)、时间、住宿酒店、参观景点、地接社、接团时间及地点、其他特殊要求等逐一登记在团队动态表中。

5.4.7　发送计划

发送计划是入境接待计调员给各个接待单位发送计划书。计划登录之后，就开始向各有关单位发送计划书，逐一落实。

1. 本地入境本地游览计划的发送

入境游客系本地入境本地游览，计划的发送与国内接待计调是一样的，只需要给本地的酒店、餐馆、汽车租赁公司等单位发送计划就可以，要求各单位书面确认。

2. 本地入境本地、异地游览计划的发送

入境游客从本地入境，除在本地游览还要到异地游览时，入境接待计调员除了向本地各接待部门发送计划外，还需要向异地接待社、大交通等部门以传真方式发送团队接待通知书，并要求对方书面确认。如遇变更，及时以传真方式向协议地接社发送更改件，并要求对方书面确认。

5.4.8　确认计划

确认计划是入境接待计调员给各个组团单位确认具体的接待计划。境外组团社、境外游客、国内旅行机构、国内相关机构把团队接待计划传真给入境地接社时，在计划中会附有一份回执，要求入境地接社在收到接待计划后，将团队计划落实情况确认后盖章回传给境外组团社、境外游客、国内旅行机构、国内相关机构。这样，境外组团社、境外游客、国内旅行机构、国内相关机构收到回执后就可以放心发团。入境地接社对确认的接待计划负有法律责任，并以计划确认书的方式进行书面确认。



5.4.9 编制概算

入境接待计调员应编制团队预算单，注明现付费用、用途，交由主管审核后报财务部门审核；填写借款单，与预算单一并交部门经理审核签字后，再报总经理签字。最后凭预算单、接待计划、借款单、车队的回传确认单、酒店的回传确认单等向财务部领取借款。

5.4.10 下达计划

下达计划是给本社接待部下达具体的接待计划。入境接待计调员开始编制接待计划及附件，签字并加盖团队计划专用章。接待计划包括团队基本情况(含个性要求)、日程安排、游客名单3部分。详见本书项目2的相关内容。

5.4.11 选派导游

如果入境游客只在本地游览，只需要选派本地地陪就可以，选拔有良好职业道德、语言对口、等级高、无不良投诉的优秀导游带团。如果入境游客除了在本地游览之外，还需要到异地游览，就需要选派外宾全陪带领入境游客到异地游览。入境接待计调员把团队运行表、质量跟踪表、游客名单、概算单等资料发给导游，如团队重点客户、民俗禁忌、用餐标准、司陪住宿等内容。导游必须严格执行接待计划，不得随意增减计划内容。如遇组团行程或旅游者行程与地接社行程不符，必须立即向计调人员汇报，不得擅自做主。运行前一天，要对有关要素进行再确认，提醒导游接团。

5.4.12 编制结算

入境接待计调员需要填制公司团队结算单，经审核后加盖公司财务专用章，于境外团队抵达前将结算单传真至境外组团社，催促对方把接待款汇入该旅行社账户。

5.4.13 接团管理

1. 接团

境外团队到达的前一天，入境接待计调员要再次提醒导游接团事宜，安排导游准时到机场(火车站、码头、车站)等待接团。接团工作开始后，旅行社接待计调员将从多方面为游客提供服务，游客与旅行社的接触也随之增多。因此接团工作的顺利开展，会直接关系到旅行社的知名度和效益。

2. 监督

入境接待计调员在实际操作过程中一定要重视对接团工作的监督管理。如果产生问题或投诉，应及时与客户沟通，以最快的速度解决问题，尽量把问题处理在当地，不要带回组团社；要有明确的处理意见书，并由领队及陪同签字确认。如是重点团队，可请领导看望团队。



3. 送团

在团队顺利结束本地行程或异地行程之后，入境接待计调员要做好送团管理工作，安排导游准时到机场送机，不要造成误机。此外，还要与游客保持良好的关系，努力使之成为自己的朋友，为第二次销售工作打下基础。

5.4.14　后续工作

1. 报账登账

入境团队行程结束，入境接待计调员应通知导游凭导游报账单、接待计划、陪同报告书、质量反馈单、原始票据等及时向部门计调人员报账。入境接待计调员要详细审核导游填写的陪同报告书，以此为据填制该团费用小结单及决算单，交部门经理审核签字后，交财务部并由财务部经理审核签字，之后总经理签字，最后向财务部报账。报完账之后，入境接待计调员将涉及该团的协议单位的相关款项及时登录到团队费用往来明细表中，以便核对。

2. 归档总结

(1) 建立团队档案。

入境团队结束之后，入境接待计调员要整理该团的原始资料，每月底将该月团队资料登记存档，以备查询。建立团队档案的主要内容有境外组团社的询价单(历次询价)、双方签字的确认单(盖章)、客户名单、合同、缴费单、最终行程表、订车单、订票单、送团后双方结算的单据和地陪日志、游客意见反馈单等。这些资料保存期至少为两年。

(2) 总结工作。

首先由地陪对整个带团工作进行总结，然后由入境接待计调员检查地陪的带团日志，处理表扬与投诉。表扬和投诉都需要报告给部门领导，有的表扬需要对当事人进行褒奖，或通过一定的宣传增加旅行社的美誉度。有的投诉涉及多个部门，若处理不好，可能会造成旅行社名誉或经济上的损失。入境接待计调员要搞清情况，如实报告给部门领导，做好协调工作。

3. 售后服务

入境接待计调工作的售后服务包括以下几项。

(1) 信息反馈。

向境外组团社了解游客在旅游中的满意度；根据地接导游收集的游客意见反馈单得到旅游的基本信息。入境接待计调员对这些信息进行整理、分类，并及时向旅行社主管经理汇报。

(2) 调整策略。

入境接待计调员根据境外组团社或游客反馈信息，应及时、有针对性地调整经营策略，以适应境外游客需求不断变化的需要。



(3) 保持联系。

入境接待计调员与境外组团社或游客经常保持联系，可以促进彼此的了解，加深感情。

【任务实训】

入境接待计调工作流程模拟

▶ 实训目的

掌握入境接待计调的工作流程。

▶ 实训内容

通过不同角色扮演进行入境接待计调的工作流程模拟实训。

▶ 实训步骤

第一步：教师将全班学生分成6组，分别代表境外组团社、本地接待社、异地接待社、本地导游、外宾全陪、境外游客。

第二步：每组学生分别代表不同的旅行社和不同的人员，进行模拟实训。

第三步：组与组之间可以互换角色进行模式实训。

▶ 实训成果

让每个学生都掌握入境接待计调的工作流程。

【任务完成】

通过对本任务的学习，学生掌握了入境接待计调在各个阶段的工作流程和内容，对入境接待计调工作流程有了更深的把握，基本上能够胜任入境接待计调工作。

同步练习

一、填空题

1. __________是一个国家主管机关发给本国公民出国或在国外居留的证件，证明其国籍和身份。

2. __________是一个国家的主权机关在本国或外国公民所持的护照或其他旅行证件上签注、盖印，以表示允许其出入本国国境或者经过国境的手续。

3. 中国公安部授权的__________机关设立在下列口岸：北京、上海、天津、大连、福州、厦门、西安、桂林、杭州、昆明、广州(白云机场)、深圳(罗湖和蛇口)、珠海(拱北)。



4. ____________是指外国人前往不对外国人开放的地区旅行，必须向当地公安机关申请的旅游证件。

二、单项选择题

1. 旅游签证属于(　　)。
A. 外交签证　　B. 礼遇签证　　C. 公务签证
D. 普通签证　　E. 长期签证
2. 入境旅游者将备齐的办理证件资料于星期一、星期二交到外事办公室，然后于星期五到外事办公室取旅游批准文件，之后到旅游局办理(　　)。
A. 入藏函　　B. 外国人旅行证　　C. 军区通行证
D. 边防证　　E. 签证
3. 旅行证的有效期最长为(　　)。
A. 1月　　B. 3月　　C. 半年　　D. 1年　　E. 2年
4. 在接待西欧游客时尽量不要安排带有数字(　　)的客房。
A. 13　　B. 37　　C. 69　　D. 14　　E. 4、7

三、多项选择题

1. 海关通道分为(　　)。
A. 红色通道　　B. 快速通道　　C. 绿色通道
D. VIP通道　　E. 安全通道
2. 外国人前往(　　)地区旅行必须办理旅行证。
A. 甲类　　B. 乙类　　C. 丙类
D. 丁类　　E. 戊类

四、判断题

1. 华侨入境旅游，同外国人一样，需要护照和中国签证。(　　)
2. 旅游资源是进行旅游线路设计的核心和物质基础，是旅游者选择和购买旅游线路的决定性因素。(　　)
3. 日本人忌讳“4”(与“死”同音)、“9”(与“苦”同音)、“6”(与“苦”同音)、“13”(是4和9之和)。(　　)
4. 旅游服务是旅游经营者向旅游者提供劳务的过程，旅游服务质量直接影响旅游线路的质量，没有上乘的旅游服务水平，就没有优质的旅游线路。(　　)
5. 入境旅游团队购买的婴儿机票是免费的，而且有效期也是1年。(　　)

五、简答题

1. 入境旅游接待价格是由哪些内容构成的?
2. 入境旅游接待报价说明有哪些?
3. 入境旅游者在本地入境，还需赴异地旅游时，入境地接社应该如何选择异地接待社?



六、案例分析题

北京某国际旅行社接待了20多位来自新加坡的游客游览北京。按照行程计划，到达北京的第二天游长城，但接待导游未与游客协商，擅自将游长城的行程改为第三天。就在第二天晚上，一场突如其来的大雪使旅游车无法去长城，游长城计划被取消。游客认为到了北京没看到长城是一大遗憾。游客回国后，要求新加坡组团社按照规定双倍赔偿长城门票。组团社找到北京社。该旅行社计调员认为是大雪自然原因造成无法游览，而且旅游合同中早已声明：在保证不减少行程的前提下，有权调整行程的顺序，所以拒绝承担赔偿责任。

请问：计调员的观点对吗？理由是什么？



自驾游计调实务

项目概述

本项目主要介绍自驾游计调员应掌握的基础知识、主要业务及工作流程。首先，介绍自驾游计调员应该掌握的基础知识。其次，阐述自驾游计调工作的流程。本项目分为两项任务，每项任务按照“任务引入→任务分析→任务实训→任务完成”来组织教学内容。

知识目标

1. 了解自驾游的概念及特点。
2. 掌握自驾游计调的基础知识和工作流程。

能力目标

能够独立操作自驾游计调业务。



任务 6.1　认识自驾游

【任务导入】

▶ 案例介绍

2019 年 7 月 31 日，一对夫妻利用暑假驾驶一辆面包车，带着 5 个孩子自驾游，当车行驶在无锡江阴市云亭镇的一座大桥时，不慎冲进应天河河道内，车上一家 7 口被困车内，接到报警后，救援人员迅速赶到现场进行处置。事发时车上一共有 7 人，分别是夫妻 2 人及其 5 个孩子，妻子是驾驶员，事故发生后，周围居民跳入河中救出夫妻二人，5 名子女则被困车内。时间就是生命，救援人员立即展开施救。但由于河道较深，水下水流较快，且救援人员体力消耗过大，当地政府部门协调海事部门及社会单位参与救援。海事巡逻艇及吊车赶到现场，将面包车吊上岸后，救援人员立即打开车门对车内人员进行抢救，但遗憾的是，由于落水时间较长，5 个孩子都已经没有了生命迹象。

▶ 问题

在自驾游过程中如何避免类似的悲剧发生？

▶ 案例解析

暑期来临，很多父母会带上自己的孩子自驾出游。全家总动员外出自驾游固然开心，但行车安全不容忽视，否则将酿成不可挽回的后果。所以，在自驾游时，一定要把安全放在第一位。

【任务分析】

自驾游就是自己驾车出去旅游。自驾车的字面含义为驾车者是自己。车辆主要有轿车、越野车、房车、摩托车和自行车等，以私有为主，也可以采用借用、租赁及其他方式。驾车的目的具有多样性和随意性，最终决定权在于车主或出行团队。可见，旅游是自驾车的活动内容之一，当自驾车作为旅游手段时会有以下变化：驾驶员可以是车主或其同行者，驾车出行以休闲旅游为主要目的，非工作、运输等原因。自驾车旅游属于私人出游性质，非公众旅游。

6.1.1　自驾游的起源

自驾游是一种起源于美国 20 世纪中期的新型休闲生活方式，后在西方发达国家广泛流传。中国自驾游产业的形成与发展建立在经济飞速发展、交通状况持续改善、人民生活水平日益提高的基础之上，是“自由、个性、探索、驾驭”理念的体现，现已悄然成为我



国大中型城市中有一定消费能力和不同消费理念的人群所热爱的生活休闲方式。从时间上看，有组织的、较正规的自驾游活动应该始于 2000 年，2003 年开始由网络扩散到传统媒体。电视、电台、报纸等传统媒体的介入，有力地促进了中国自驾游的飞速发展。到 2008 年，中国持有机动车驾驶证(汽车驾驶证)的人数已近 1 亿，轿车保有量特别是家用轿车保有量不断增加，中国自驾游行业蓬勃发展，渐渐成为一个旅游新经济，像自由行一样，成为新的经济增长点。与美国自驾游发展的方式一样，中国不仅流行开自己的车去城市周边及更远的地方探险游，更兴起了异地租车旅游，即飞机 + 当地租车方式，不仅节约成本，还使异地自驾游成为可能。

6.1.2　自驾游大规模兴起的原因

1. 消费需求升级

随着我国近年来人们消费需求的不断升级，大家已经不再满足于以传统自然景区为目的地的跟团游形式，“上车睡觉、下车拍照”、动辄被导游带去“强行购物”似乎成了跟团游的黑色标签。自驾游的自主性及参与性较强，日益受到消费者的偏爱。在消费升级的大背景下，旅游不再是低频奢侈品，而是物质生活需求日益得到满足后的精神消费，是人人可触及的积极健康的生活方式。

2. 汽车保有量逐年上升

自驾游风潮的爆发主要源于我国汽车行业的发展特别是私人汽车的普及。从汽车保有量上看，近 3 年我国汽车保有量年复合增长率维持在 10% 以上，并且预计短时间内增速不会回落。截至 2019 年上半年，全国汽车保有量约 2.6 亿辆。

3. 旅游产品在线渗透率提高

一直以来，自驾游多以线上论坛、社区发布信息，当地俱乐部或车友会组织线下活动的形式开展。20 世纪 90 年代末，携程开启了在线旅游(Online Travel Agency，OTA)的新时代，旅游产品从早期的机票、酒店预订逐步拓展到跟团游打包产品，再到现在的各类兴趣点 (Point of Interest，POI)碎片产品的实时预订。自驾游活动所涉及的诸如用车、住宿、景点门票等产品基本实现行前、行中的实时预订，但能够提供自驾游打包产品及整合线下自驾相关服务的平台几乎为零。另外，我国的休闲游市场在线渗透率尚不足 20%，因此有很大的增长空间。

4. 国家政策支持

2016 年 11 月 7 日，国家旅游局等 11 部委联合印发《关于促进自驾车旅居车旅游发展的若干意见》(旅发〔2016〕148 号)，自驾游获得了国家层面的政策支持。预计到 2020 年，重点建成一批公共服务完善的自驾车旅居车旅游目的地，推出一批精品自驾车旅居车旅游线路，培育一批自驾游和营地连锁品牌企业，增强旅居车产品与使用管理技术保障能力，形成网络化的营地服务体系和完整的自驾车旅居车旅游产业链条，建成各类自驾车旅



居车营地2 000个，相关政策环境明显优化，产业规模快速壮大，发展质量和综合效益大幅提升，初步构建起自驾车旅居车旅游产业体系。

6.1.3 自驾游的特点

自驾游作为一种当今热门的出游形式，有别于其他传统参团方式的旅游，主要体现在以下几个方面。

1. 自主性

自驾车旅游者通常不需要由旅行社安排旅游行程，在旅游目的地的选择、到达与停留时间及食宿安排上都有很大的自主性。

2. 小团体性

私人非营业汽车的主要类型是可载4～5人的汽车(如小轿车、越野车等)，即便是三五个好友相约而行，也是小团体行为，与大型旅游团不同。

3. 多样性

车有多种，人有百态。自驾车旅游者的消费习惯会随其收入、受教育程度、年龄、地域性、旅游目的等因素的不同而有所不同。在旅游消费方面，则表现为时间、费用、品质与特殊要求等变量的多重组合，所以与团体旅游具有显著的不同。

4. 区域性

对自驾车旅游者来说，旅游是一个学习与积累经验的过程。旅游的尝试首先从自驾车旅游者居住城市的周边开始，逐步向远距离辐射。

5. 短期性

我国的周末公休日与法定节假日制度使自驾车旅游受到时间上的一定制约。区域性的自驾车旅游只能是短期的，即以2～3天为主。不过，一旦年休假制度开始普遍实施，这种特性也会出现变化，长达2～3周的自驾车旅游(如暑期家庭旅游活动)也会流行起来。

6.1.4 自驾游的组织形式

自驾游组织形式呈现多样化，主要有以下几种。

1. 自发组织的自驾车出游

自驾车团体出游多是自发组织的，参加者大多是亲人或朋友。怎样使旅游过程尽量按照自己的主观意愿而达到完美，是他们特别关注的问题。按照计划好的线路或者自己制定的旅游规划驾车出游，也是自2010年以来特别火爆的一种旅游出行活动。自驾游最担心的就是路程安排和时间计算问题，如果对路程不熟悉，那么很可能耽误行程，所以出游之



前先计算好行程时间，以免路上发生堵车、天气变化等情况。

2. 汽车俱乐部或其他各种俱乐部组织的出游

一些汽车俱乐部也组织其会员进行自驾游活动，并在自驾游过程中为会员提供拖车、救援及线路指引、食宿娱乐等有关服务。但由于俱乐部本身不具备营利性企业的法定资质，因此这种组织方式不能以营利为目的。

3. 旅行社组织的自驾车出游

自驾车旅游的兴起为旅行社提供了新的商机，旅行社组织的自驾车出游也成为自驾游的一种重要形式。但值得一提的是，大多数旅行社只能为自驾车旅游者提供订房、订餐及汽车维修等基本的服务，而不能提供车辆让游客自己驾驶。经营性车辆与驾驶员是应该有特定资质的，旅行社不具备这方面的资质。

4. 旅行社与汽车租赁公司联合打造的自驾游

旅行社与汽车租赁公司联合打造“租车 + 旅行”的自驾游方式。这种自驾游方式既规避了汽车俱乐部不具备营利性企业的法定资质的问题，又规避了旅行社不具备经营性车辆及驾驶员的特定资质的问题。例如，四川康辉国际旅行社与首旅联合汽车租赁有限公司(简称“首旅汽车租赁公司”)共同打造了“租车 + 旅行”的自驾行业标杆。旅游行程由四川康辉旅行社提供，全程用车由首旅汽车租赁公司提供别克、标致、汉兰达等品牌的专属越野车。本项目将重点阐述这种自驾游。

【任务实训】

本地自驾游调研

▶ **实训目的**

了解本地自驾游的基本情况。

▶ **实训内容**

学生到本地旅行社自驾游部门进行调研，了解该社自驾游的基本情况。

▶ **实训步骤**

第一步，教师指定本地经营自驾游产品的旅行社。

第二步，学生到自驾游部门去调研，了解该部门的基本情况、开发的自驾游旅游产品、经营情况及主要客源市场。

▶ **实训成果**

每一位学生提交一份旅行社自驾游调研报告。

【任务完成】

通过本任务的学习，学生了解了自驾游的定义、起源，掌握了自驾游兴起的主要原因、特点，明确了自驾游的4种主要类型。

任务6.2　自驾游计调的工作流程

【任务导入】

▶案例介绍

2018年2月，小陈一行6人到西双版纳旅游，采用了异地租车自驾游的方式，提前在携程预订了成都到西双版纳的机票，也在悟空租车预订了一辆7座别克GL8。2月18日，小陈到达西双版纳嘎洒国际机场，悟空租车工作人员与小陈签订了租车合同并检查了车况后，就把车钥匙交给小陈。小陈一行就开始了西双版纳自驾游。他们完成了西双版纳自驾游之后，又从西双版纳到昆明游览。结束昆明的旅行之后，小陈在昆明长水国际机场把车交给悟空公司，顺利结束了云南自驾游之旅。小陈一行认为这次异地租车自驾游是一次成功之旅，表示今后到较远的目的地均可以采取异地租车游，这是一种很好的旅游方式。

▶问题

你对异地租车自驾游的旅游市场有什么看法？

▶案例解析

异地租车自驾游是一个新兴的、前景看好的旅游市场。特别是对于远程旅游，全程自驾耗时太多。于是，大多数旅游者会选择“机票＋异地租车自驾游”的旅游方式，这种方式迎合了旅游者个性化的需求，市场规模在逐渐扩大。

【任务分析】

自驾游市场的不断扩大，需要更多的自驾游计调员。一位优秀的自驾游计调员需要熟练掌握每一个操作流程。下面重点阐述旅行社自驾游计调员的操作流程。

6.2.1　自驾游市场调研

1. 分析目标群体

从经济水平上看，自驾车旅游者普遍拥有较好的生活条件，是城镇居民中的中高收入者；从文化程度上看，他们中的绝大部分具有较高的受教育程度，拥有较强的旅游意识和



良好的旅游素养；从年龄比例上看，中青年占主体部分；从人员组成上看，主要表现出 2 ～ 7 个人的群体性特征。

2. 分析旅游消费

我国自驾车旅游者的消费水平比传统旅游者高，大概为 200 ～ 400 元 / 天。其中餐饮、住宿、交通 3 项的开支占 80%，购物、娱乐所占的比例较小。究其原因，主要有以下两点：一是过高的交通费和住宿费的限制；二是我国自驾游的产品体系还不完善，缺乏有特色的旅游产品和旅游项目。

3. 分析旅游动机

自驾车旅游者外出旅游的主要目的是追求一种自由化、个性化的旅游空间，观光与休闲度假是其主要动机，其他动机还包括商务旅游、探亲访友、美食娱乐和探险摄影等。

4. 分析出游时间

自驾车旅游者的出游时间多集中于双休日和各个国家(地区)的黄金周、节假日。因为其他时间是很难出去自驾游的，旅行社组织的自驾游一般也安排在这些时间段。

5. 分析出游地点

由于受到交通、体力、经济、时间、驾驶技术、维修技术、地理知识等条件的限制，自驾车旅游主要有以下 4 种流向。

(1) 近地域流动。

由于受交通状况、出游时间、消费水平和汽车技术标准等因素的影响，大多数自驾车旅游者以近距离出游为主，如成都居民利用周末自驾到成都周边旅游。

(2) 城市周边休闲度假旅游区。

本地游尤其本地周边游是自驾车旅游者比较喜爱的旅游产品。许多国家和地区的中心城市周边创建了休闲度假村，举行民俗活动、美食节、花果会等。由于休闲度假旅游区具有出行时间短(1 ～ 2 日游)、花费低、新奇度高的特点，所以成为自驾车旅游者的选择之一。

(3) 风景名胜区。

尽管休闲度假旅游日益受到旅游者的重视，但观光旅游仍是最受欢迎的旅游项目，各地风景名胜区仍是自驾车旅游者的首选。

(4) 公路通达，条件较好的地区。

由于受汽车档次、性能和驾驶技术的影响，公路状况是自驾车旅游者必须面对的重要问题，自驾车旅游者在旅游产品的选择上不得不将公路状况作为重要因素加以考虑。

6.2.2 设计自驾游产品

1. 自驾游产品设计应该注意的问题

(1) 设计自驾游产品必须坚持“过程至上，感受第一”的原则。

自驾车旅游者比传统旅游者更注重驾车旅游过程中的感受，因此自驾游产品应当融入休闲、度假、体验和美食项目，适当穿插乡村走访的内容，让游客感觉行程丰富多彩，一路都有兴奋点，体现出重视过程、重视感受的理念。自驾游应该让旅游成为一种美丽的邂逅，邂逅一处美景，邂逅一道美食，邂逅一种文化，或者邂逅素不相识的朋友；给游客新奇的感受，满足游客“自驾车旅游，美在途中”的心理预期。

(2) 可以适当采用“时间换空间”的组线技巧。

在时间允许的情况下，可以略微绕道或加长线路，使游客少花钱或不花钱就能看到同样精彩的景观，或者看到常规团队见不到的特色景观，让游客的感受更精彩、更刺激，满意度更高，至于多出来的汽油费，因为不包含在团费中，游客是感觉不到的。能有不同寻常的感受，即使增加点油耗，游客也是能够接受的。

(3) 设计主题旅游活动，突出参与性。

自驾车旅游者喜欢参与性活动，每个人都有表现自我的欲望，自驾游计调员在设计旅游线路时，可适当设计一些主题活动，突出参与性。例如，安排野餐、冷餐、农家采摘、农贸市场采购等参与性活动，让游客充分参与、充分放松。

(4) 强调安全意识，永远把安全放在第一位。

设计自驾游产品时应有安全意识，应将安全因素放在第一位，首先排除动乱国家或地区，然后排除路况较差的线路、大型货车过度拥挤的线路和弯道过多的线路，优先选择安全畅通的旅游线路。

2. 自驾游产品的分类

(1) 跟团自驾游产品。

跟团自驾游产品的设计方法和流程与其他产品差不多。跟团自驾游人数比较多，旅行社提供的服务内容也比较多。成团人数一般要求在 12 人以上，按照 4 人一辆车计价。四川康辉国际旅行社与首汽集团联合打造的丹巴金川·秋摄创作 5 日游就是跟团自驾游。跟团自驾游一般会设计主题旅游产品，产品由活动介绍、活动亮点、行程安排、摄影指导老师、成团人数及费用、出团日期和集合地点、提供车型、温馨提示、租车须知等内容构成(范本 6-1)。

范本 6-1　丹巴金川·秋摄创作 5 日游

一、活动介绍

在这个金秋时节，可以跟随资深摄影指导老师深入绵延数十公里都是红叶的金川与“千碉之国”丹巴县，去感悟大自然的秀丽壮观，记录丹巴的人文景观与民俗风情——历史悠久的中路藏寨古碉楼、古朴隆重的“成人礼”仪式、形式多样的锅庄舞、庄严肃穆的古藏戏、华美艳丽的嘉绒藏服、妙趣横生的顶毪衫习俗，所有的这些令人仿佛穿越到了世外桃源。



续表

二、活动亮点

1. 专业摄影老师带队指导，体验完全不同的摄影之旅，在专业老师的讲解下，深度参与拍摄金川秋色，让您游有所获，拍出专属自己的“高大上”摄影作品。

2. 独家设计摄影行程，充分保证拍摄时间。

3. 摄影指导老师活动前、中、后三阶段细致教学指导，从思想、技术、艺术三个方面深入讲解摄影的内涵和魅力。

4. 摄影指导老师常年拍摄藏地人文和风景，对丹巴建筑特色有一定了解，全程带领大家提炼此次拍摄题材的精髓。

5. 拍摄点基本可以驱车直达。

6. “租车自驾 + 旅游、自带车自驾 + 旅游”的出行方式，全新体验模式。

7. 本次租车所用车辆均由首汽租车提供，车辆有保障；上门办理租车手续，团队免刷预授权，方便快捷，省时省心。

8. 所租车辆均含不计免赔险，在行驶过程中如发生轻微碰撞、爆胎等用车事故，均由保险公司处理，免去用车之忧。

9. 在旅途中，如出现车辆本身故障，首汽租车承诺及时安排送车置换，尽可能保证您的出行。

三、行程安排

第 1 天：行前预热见面会(地点：四季康城二楼咖啡厅)。住宿：四季康城酒店。

2016 年 11 月 9 日，游客从全国各地抵达成都，随后自行前往酒店入住。在酒店办理租车手续，签订租车合同。在酒店与摄友互相认识，悠闲地品下午茶，了解行程须知及相关事宜。

景点推荐：锦里(川剧变脸)、宽窄巷子、武侯祠、杜甫草堂、熊猫基地。

购娱点推荐：春熙路、太古里、新世纪环球中心。

美食推荐：火锅、冒菜、串串香、龙抄手、钟水饺、三大炮。

第 2 天：成都—日隆—小金—中路藏寨(约 330 千米，9.5 小时)。含早、午、晚餐。住宿：中路藏寨。

11 月 10 日早上驾车从成都出发，翻越巴郎山时停留拍摄云海，下午到达中路后，如时间充裕，可前往中路藏寨三号观景台拍摄晚霞。

拍摄内容：巴郎山云海、沿途风光、晚霞。

第 3 天：中路—金川(约 105 千米，3 小时)。含早、午、晚餐。住宿：金川。

11 月 11 日早餐后，前往中路藏寨一号观景台拍摄朝霞，这一路段为此行最美的路段，沿途可拍摄红叶风光、中路藏寨的古碉楼，以及有“碉王”之称的最高碉楼。中路藏寨建有大量的碉楼建筑，是目前西部保存碉楼最多的地区。

拍摄内容：朝霞、碉楼、碉王、乾隆御碑及沿途红叶风光。

第 4 天：金川一日创作。含早、午、晚餐。住宿：金川。

11 月 12 日早餐后，前往神仙包与庆林乡拍摄朝霞，中午于红叶谷酒店用餐休息，下午继续在金川自由创作拍摄红叶，也可随意采摘品尝雪梨，感受采摘的乐趣。

拍摄内容：神仙包朝霞、庆林乡朝霞、红叶谷红叶、田间农作的藏民。

第 5 天：金川—马尔康—理县—汶川—成都(约 421 千米，9.5 小时)。含早、午、晚餐。住宿：自理。

续表

11月13日早餐后拍摄金川晨景，之后出发沿途拍摄自然风光，于马尔康路段拍摄斜碉，如时间充裕可前往卓克基藏寨拍摄。后经汶川返回成都。

散团地点：四季康城酒店，办理相关还车手续。结束愉快的丹巴金川·秋摄创作之行。

拍摄内容：马尔康路段的斜碉、卓克基藏寨。

四、摄影指导老师

×××，四川省摄影家协会会员，四川省艺术摄影协会理事。硕士研究生毕业，在××大学担任教学工作，同时从事摄影教学活动。1985年开始涉足摄影，擅长摄影教学，在数码摄影和教学管理方面有丰富的经验，并多次获得国内和省内摄影奖项。

五、成团人数及费用

成团人数：16人，最多不超过20人。

以租车丰田汉兰达为例，包含领队和领航车，以收客16人成团发班核算(油费、过路费不计入成本，每车自己出)。

1. 租车自驾(按4人一台车核算，人数不满需补单车差)。

同业结算：2 080元/人；直客销售价：2 380元/人。

费用包含：餐费、租车费、住宿费、保险费、领队及领航车费、门票。油费、过路费游客独立结算分摊(如产生单房差，费用由游客自理600元)。

2. 自带车自驾。

同业结算：1 460元/人；直客销售价：1 760元/人。

费用包含：餐费、住宿费、保险费、领队和领航车费、门票。油费、过路费游客独立结算分摊(如产生单房差，费用由游客自理500元)。

六、出团日期和集合地点

出团日期：2016年11月9日。

集合地点：四季康城酒店。

七、提供车型

丰田汉兰达：广汽丰田，中型SUV，2.7L188马力L4。

八、温馨提示

1. 各位游客一定要带上自己的相机，专业相机最好，带脚架，镜头24～70广角，70～200长焦。

2. 应备好常用药品，除了您自身疾患所需药品以外，建议备上诸如西洋参含片、丹参片、速效救心丸、头痛粉、阿司匹林、百服宁、氨茶碱等药品并在医生指导下服用。

3. 年老体弱者，有高血压、冠心病、心脏病者前往时要格外注意。

4. 高原寒冷，昼夜温差大，请备足防寒保暖衣物、手套、鞋袜等，宜穿登山鞋、旅游鞋或其他平底鞋。

5. 由于旅游区地处偏远，购买日用品不太方便，须备个人的日常用品。

6. 进入民族聚居区时，注意民族风俗习惯、宗教信仰和民族政策。中路藏寨、甲居藏寨居住的主要是嘉绒藏族人。

7. 爱护景区环境卫生。各主要游览点都有较隐蔽的厕所和垃圾桶，请您在游览过程中积极配合，加强自身的环保意识。

8. 牢记安全第一。爱好摄影、登山的朋友，请带好有关器材，注意户外保暖。



续表

九、租车须知

租车时，需出示以下证件的原件。

A. 租车人本人的有效身份证件。

B. 租车人持有本人国内有效期内的驾驶证。

C. 本人有效信用卡(散客需要刷押金，团队免押金)，还车时刷取 2 000 元违章押金，还车后 1 个月，查询无违章记录，则退还信用卡违章押金 2 000 元。

(资料来源：四川康辉国际旅行社自驾中心。)

(2) 散客自驾游产品。

人数较少，旅行社的服务内容也比较少，主要提供车辆服务，游客的自主性比较大。成都川菜博物馆 + 三道堰 · 租车自驾 1 日游见范本 6–2。

范本 6–2　成都川菜博物馆 + 三道堰 · 租车自驾 1 日游

一、景点介绍

成都川菜博物馆，坐落于占地 40 亩(1 亩 ≈ 666.67 平方米)的川式园林中，是国家三级博物馆、国家 AAA 级旅游景区，是世界唯一以菜系文化为陈列内容的活态主题博物馆。川菜博物馆通过“玩川菜”这种新颖而参与性强的旅游模式，让游客认识川菜、了解川菜、喜欢川菜，这是一个吃货的终极体验。

三道堰镇位于郫都区北部，成都市西北部，因用竹篓截水，做成三道相距很近的堰头导水灌田而得名，是一座具有一千多年历史的川西古老小镇，素有“古蜀水乡”之称。城镇建筑以亲水性为主题，建筑色彩以青瓦、白墙为主色调，绿树红花、青石河栏、卵石小道蜿蜒曲折，使小镇在古朴中充满灵气和趣味，实现了传统与现代共生、城市与自然的完美结合。这里有优质的水资源，盛产天然黄辣丁、沙网鱼、红豆鱼等野生河鱼，饮食文化丰富多彩。

二、推荐理由

1. 尊享服务：赠送车辆不计免赔险，车辆发生轻微碰撞别担心，免除用车后顾之忧；免费送车上门，方便快捷，省时省心(需提前至少 1 天预订)；所用车辆均为首汽租车集团提供，车辆有保障；“租车自驾 + 旅游”，全新体验模式；旅途中如出现车辆自身故障，首汽租车承诺及时送车置换，保证出行。

2. 景：三道堰——自然同城市结合，丰富多变的典型川西民居。古镇内青瓦、白墙、小桥、流水、白鹭、垂柳，鸟语花香，景色清幽，呈现一幅安宁祥和的自然美景，游客可在生态农业园区采摘蔬菜，是休闲度假的好去处。

3. 食：川菜博物馆——是世界上唯一“可以吃的博物馆”，你不仅可以看到川菜的刀功、火候及成菜过程的演示，还可以品尝正宗的川菜，也可以在体验师的指导下亲手制作几道经典的川菜，体会“川菜为道，美食无疆”的丰富内涵。

三、行程安排

上午：成都—郫都区—三道堰(约 30 千米，1.5 小时)。

早上从成都出发，驱车前往郫都区三道堰古镇，欣赏古镇的水光天色，体味它的悠长古韵。

下午：三道堰—郫彭路—川菜博物馆(约 5 千米，15 分钟)，食宿自理。

参观完三道堰古镇驱车前往川菜博物馆，加入美食文化的行列中，畅玩川菜博物馆，进



续表

馆自由活动，可选择漫生活参观票，也可以选择玩川菜体验票(后附体验票详情)，之后返回成都。

备注：漫生活参观票是游客入馆后自由游览参观；玩川菜体验票，则是在讲解员的带领下深入了解川菜文化并亲自参与川菜制作。

四、温馨提示

川菜博物馆门票信息：开放时间：9:00—18:00。

漫生活体验票：60元/人(包含：参观+小吃+棋牌，在营业时间内不限时、不限量)。

玩川菜体验票：360元/人(包含：参观票及亲自体验做川菜，有专业讲解师讲解和指导)。

博物馆园林属露天环境，春、秋季节请备好保暖衣物，夏季请准备防蚊物品。

五、报价

租车	车型	漫生活		玩川菜(升级体验票)		单车价(元)
		结算价(元)	建议销售价(元)	结算价(元)	建议销售价(元)	
散客租车(自驾)	丰田致炫(轿车)	140	240	400	520	50
	标致308S(轿车)	160	260	420	540	70
	丰田凯美瑞(轿车)	170	270	430	550	80
	标致3008(城市SUV)	170	270	430	550	80
	别克GL8(商务车)	190	290	450	570	100
备注	4人一辆车，油费、过路费自理；费用包含：1天租车费+自驾游保险费+不计免赔险+门票。 门票：漫生活(参观+小吃+棋牌)，玩川菜(参观票及亲自体验做川菜，有专业讲解师讲解和指导)。					
租车	车型	漫生活		玩川菜(升级体验票)		单车价(元)
		结算价(元)	建议销售价(元)	结算价(元)	建议销售价(元)	
约车(含驾驶员和油费)	大众帕萨特(轿车)	300	420	560	720	200
	日产天籁(轿车)	300	420	560	720	200
	现代索纳塔(轿车)	300	420	560	720	200
	别克GL8(商务车)	330	450	590	750	240
备注	4人一辆车，过路费自理；费用包含：1天租车费+驾驶员费+油费+自驾游保险费+门票；门票内容：漫生活(参观+小吃+棋牌，在营业时间内不限时不限量)，玩川菜(参观票及亲自体验做川菜，有专业讲解师讲解和指导)；保险：自驾险+不计免赔险。					

六、费用不含(适用于租车自驾)

1. 油费、过路费。

2. 食宿费。

3. 行程不含的其他内容。



续表

七、川菜博物馆体验流程(适用于玩川菜体验票) 1. 11:20 品经典小吃。正宗小吃不限量；佩戴专属体验牌，步入川菜博物馆，感受其历史气息和岁月足音，一口松软的蛋烘糕开启美妙的文化之旅。更有川北凉粉、石磨豆花、钟水饺、四川泡菜、金丝面……应季而换，边走边吃，还原老成都人街头巷尾寻美味的惊喜。 2. 赏古游园。管家式贴心照顾；双语体验师全程陪玩；免费拍照服务，40 亩川西民居建筑构成了新派古典园林风光，汉代砖石、红木嵌黄花梨屏风、清代棉线绣麻蜀绣、手工雕刻木门……6 000 余件文物近在咫尺。 3. 12:00 参观典藏馆。零距离感触文物，游戏式互动讲解，数千件文物典籍呈现蜀人千余年的饮食故事。 4. 13:00 川菜烹饪。提供独立私密包间；使用定制双立人灶具和樱花炊具；现场传授川菜烹饪秘诀；由名厨颁发“川菜达人”证书。 体验菜单：熊猫蒸饺、宫保鸡丁、麻婆豆腐、南瓜蒸饺、大千干烧鱼、水煮牛柳。换上专业厨师服，由名厨指导制作三道经典川菜。 5. 14:40 宴饮娱乐。使用千年巴西花梨木餐桌就餐；免费赠送钟水饺、秘制泡菜、时令水果；获得当日菜品制作秘方；免费品尝古传秘方药膳酒；畅饮鲜榨果汁，白酒、红酒、泡酒、啤酒免费续杯。以今怀古，品味宴饮致趣，呼朋唤友享受亲手烹饪的经典美食。 6. 15:10 川菜原料展示。了解多个品种的川菜原料及蔬菜、家禽等无公害绿色产品。馆内“川菜之魂”郫都区豆瓣酱采用清朝古法独家酿制。游客可以亲自体验拥有三百余年历史的手工“翻晒露”工艺，感受匠人的精神与传承。 7. 16:30 灶王祠祭祀。祭拜全球最大的灶王祠，了解传统祭祀文化，欣赏古老的傩戏表演。灶王是四川传统民俗文化的重要组成部分。川菜博物馆拥有全世界最大的祭祀灶王的祠堂。敬灶王，崇食尚饮，感悟“一餐一饭来之不易”。随后游客敬香祈福、请签点灯，为亲友祈福，了解宴席文化。 8. 游老街，街头巷尾寻小吃。老川菜馆一条街是川菜的“清明上河图”。长盛园、醉霞轩……在畅游老四川餐馆街景民风中领略川西民居的建筑魅力。 9. 传统工具体验。亲临传统工艺制作现场，游客亲自体验传统制作工艺，使用清代石碓窝舂制辣椒面，手作石磨豆花，现场品尝自制的美味食品。 10. 品茗休闲。绿荫环水，品茗休闲，竹椅、矮桌、盖碗茶，吃花生、嗑瓜子、打麻将，在“坝坝茶”中找回真正的川西市井生活味道。

(资料来源：四川康辉国际旅行社自驾中心。)

6.2.3　确定自驾游产品价格

1. 自驾游产品价格构成

① 餐费。包含早餐和正餐，按照实际费用结算。

② 住宿费。住宿费一般按照双人标间计算，如产生单房差，费用由游客自理。

③ 门票。按照实际发生费用计算。

④ 租车费。如果是租车，还需要承担租车费，一般按照 4 人一台车核算，人数不满需补单车差。

⑤ 油费、过路费。油费、过路费由每位游客分摊，可以每辆车独立结算。



⑥ 领队和领航车费。领队和领航车费要每位游客分摊。

⑦ 异地还车费。如果是异地还车，还需要交一定的异地还车费。

⑧ 保险费。有自驾险和不计免赔险。

⑨ 其他费用。如果是主题自驾游，涉及的租场地、聘请指导教师费用及其他费用由每位游客分摊。


相关链接 6–1

不计免赔险

不计免赔险的全称为“不计免赔率特约条款”，是一种商业险(车损险或三责险)的附加险。不计免赔险作为一种附加险，需要以投保的“主险”为投保前提条件，不可以单独进行投保，其保险责任通常是指“经特别约定，发生意外事故后，按照对应投保的主险条款规定的免赔率计算的、应当由被保险人自行承担的免赔金额部分，保险公司会在责任限额内负责赔偿”。一般来说，投保了这个险种，就能把本应由自己负责的 5% ～ 20% 的赔偿责任再转嫁给保险公司。例如，开车撞到柱子，车主须承担 15% 的损失费用。若购买了此险种，15% 的费用同样由保险公司赔偿。该险种价格便宜，投保后能获得更全面的保障，最大限度地避免风险。

2. 计价

自带车和租车自驾游价格的计算公式如下：

自带车自驾游价格 = 餐费 + 住宿费 + 保险费 + 领队和领航车费 + 门票

租车自驾游价格 = 租车费 + 餐费 + 住宿费 + 保险费 + 领队和领航车费 + 门票 + 油费、过路费

3. 报价

自驾游计调员首先需要向各接待单位询价，各个接待单位会以传真等方式给自驾游计调员报价。自驾游计调员把各个接待单位的价格加起来，然后加上一定的利润就可向自驾游客报价(范本 6–3)。

范本 6–3　丹巴金川 · 秋摄创作 5 日游自驾游价格构成

项目	明细
餐费	40 元 / 人 ×7=280 元 / 人 (酒店含早餐，7 次正餐，餐标 40 元/ 人)。
住宿费	(成都 220 元 / 间 + 中路 180元 / 间 + 金川 200 元 / 间 + 金川 200 元 / 间) ÷ 2 = 400 元 / 人。
租车费	A. 租车自驾方式 (以丰田汉兰达为例，500 元 / 天，5 天)： 预算油耗及费用 900 千米 ×0.7 元 / 千米 =630 元　过路费全程 150 元 / 车。 车费 =［(500 元 / 天 ×5 天)+630+150)］÷4 人 =820 元 / 人(以一辆车 4 人核算)。 车费 =(500 元 / 天 ×5 天) ÷ 4 人 =625 元 / 人(如不算油费和过路过桥费)。
	B. 自带车自驾方式：车主自驾车空位，拼车人承担全程油费及过路费(不计入成本核算)。



续表

项目	明细
景区门票及景区交通费	景区门票：中路藏寨 50 元 / 人(景区给予“16 免 1”团队优惠政策)，按实际支付除以实际人数。 景区交通：环保或观光车费 30 元 / 人(一般无优惠)。 景区门票及景区交通：(15 元 ×50 元 +16 元 ×30 元)÷16 人 =77 元 / 人。
领队和领航车费	游客分摊领队和领航车(带领航驾驶员)费用： (1)摄影领队劳务工资(含摄影指导费)=(800 元 / 天 ×4 天)÷16 人 =200 元 / 人。 (2)摄影领队酒店住宿费 =400 元 ÷16 人 =25 元 / 人。 (3)摄影领队餐费 =(7×40 元)÷16 人 =18 元 / 人。 (4)领航车驾驶员的劳务工资 =(300 元 / 天 ×4 天)÷16 人 =75 元 / 人。 (5)驾驶员酒店住宿费 =400 元 ÷16 人 =25 元 / 人。 (6)驾驶员餐费 =(7×40 元)÷16=18 元 / 人。 分摊费 =200 元 +25 元 +18 元 +75 元 +25 元 +18 元 =361 元 / 人。
保险费	自驾车保险费 30 元 / 人 + 分摊领队及驾驶员的保险费 4 元 / 人 =34 元 / 人。
计价	成本核算： 以租丰田汉兰达车为例，包含领队和领航车，以收客 16 人成团发班核算(油费、过路费不计入成本，每车自己出)。 A 租车自驾 = 餐费 280 元 + 住宿费 400 元 + 租车费 625 元 + 门票 77 元 + 分摊费 361 元 + 保险费 34 元 =1 777 元。 B 自带车自驾 = 餐费 280 元 + 住宿费 400 元 + 门票 77 元 + 分摊费 361 元 + 保险费 34 元 =1 152 元。
市场报价	A 租车自驾 (按 4 人一辆车核算，人数不满需补单车差)。 同业结算：2 080 元 / 人。 直客销售价：2 380 元 / 人。 费用包含：餐费、租车费、住宿费、保险费、领队和领航车费、门票。油费、过路费游客独立结算分摊(如产生单房差，费用由游客自理 600 元)。
	B 自带车自驾。 同业结算：1 460 元 / 人；直客销售价：1 760 元 / 人。 费用包含：餐费、住宿费、保险费、领队和领航车费、门票。油费、过路费游客独立结算分摊(如产生单房差，费用由游客自理 500 元)。

6.2.4　签订自驾游合同

一旦团队或者个人确认了自驾游产品，就需要与组团社签订自驾游合同。组团社尽量与自驾车旅游者签订单项委托合同(范本 6–4)而不是包价旅游合同。旅行社承诺为自驾车旅游者提供代订房、代订餐、代订车(海外自驾)、代订门票业务和导游讲解服务，驾驶服务及其安全责任请游客自理，这样行程中发生的一切交通安全问题包括行程延误都与旅行社无关。如果游客要求签订包价旅游合同，旅行社也应当坚持在合同中注明“由于驾驶员、车辆和人员引起的延误和损失，以及发生的交通事故，驾驶员承担相应的法律责任，并负担相应的救援等费用，旅行社只承担协助的义务”，以规避风险。



范本 6-4　自驾游单项委托合同

客户热线：400-0515-×××

悟空租车车单　　1802548

一、租车人信息		
承租人：		
移动电话：		
身份证号：		
紧急联系人：		
紧急联系人电话：		
二、车辆信息		
车辆级别：		
车牌号：		
车型：		
燃油类型：□ 92# 汽油　□ 95# 汽油　□ 98# 汽油　□ 0# 柴油		
三、承租人等级和押金		
实名认证等级：		
车辆押金减免金额：		
等级	减免金额	勾选项
V1-V2	不减免	□
V3-V4	减免 5 000 元	□
V5-V6	减免 8 000 元	□
V7	减免 10 000 元	□
注：非线上订单以加盟实际车辆收费标准		
车辆押金实际支付：		
车辆押金支付情况： 支付方式：□预授权　□消费 支付结果：□已支付　□未支付 支付渠道：□线上支付　□线下支付		
出租方签章： 出租方代表签字：		

四、订单信息	
订单号：	
订单渠道： □悟空租车　□携程　□途牛　□其他	
预订取车时间：　年　月　日　时　分	
预订还车时间：　年　月　日　时　分	
租期：　天　时	
预订取车网点 / 地点	□实体网点　□虚拟网点
预订还车网点 / 地点	□实体网点　□虚拟网点
可选服务： □ 不计免赔服务　□第三者责任险补充险 □ 旅游意外险　□车人员责任险补充险 注：其他可选服务以系统展示为准，系统展示之外的服务由租车方与承租方协商解决	
五、费用明细	
租金：	租车合计
基本保险费：	元
手续费：	
不计免服务：	
其他：	
六、出租方联系方式	
特别提示：如承租方车辆不慎出险，请立即致电出租门店（或悟空租车客服热线），我们将协助您处理后续事宜	
出租方联系方式：	
温馨提示：承租方已阅读并知悉本租车单内容、验车单内容及《汽车租赁合同》、悟空租车《线上用车服务协议》全部条款，同意按此执行。 承租方签字：	

（资料来源：悟空租车公司。）



6.2.5　发结算单，收全款

单项委托合同签订好之后，组团社就应该向团队或个人发一份费用结算通知单，敦促对方把款汇入账户(范本 6–5)。

范本 6–5　× × × 旅行社 旅游团(旅游者)费用(　　)结算通知单

结算单位：　　　　　2017 年 6 月 28 日　　　　　结算单位：元

<table>
<tr><td>国别</td><td>中国</td><td colspan="3">旅行社等级</td><td colspan="2">指定服务</td><td rowspan="3">团队人数</td><td>成人　10　人</td></tr>
<tr><td colspan="2">组团社名称</td><td colspan="5"></td><td>6～11 岁儿童　人</td></tr>
<tr><td colspan="2">旅游团(旅游者)团号</td><td colspan="5">CCTSC2016007 × × × ×</td><td>2～5 岁儿童　人</td></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="2">游客抵 / 离时间</td><td colspan="7">7 月 9 日 8:00　车到用晚餐至 7 月 15 日　时用早后乘　机离</td></tr>
<tr><td colspan="7"></td></tr>
<tr><td colspan="4" rowspan="2">项　目</td><td colspan="5">拨款结算</td></tr>
<tr><td>天数</td><td>单价</td><td colspan="2">人数</td><td>金额</td></tr>
<tr><td rowspan="4">综合服务费</td><td rowspan="4">旅游团(旅游者)</td><td colspan="2">成都—× ×—成都包车(含游客旅游意外保险)</td><td></td><td></td><td colspan="2"></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td colspan="2"></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td colspan="2"></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="7">旅游团(旅游者)综合服务费合计</td></tr>
<tr><td rowspan="2">陪同</td><td rowspan="2"></td><td colspan="2"></td><td></td><td></td><td colspan="2"></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2"></td><td></td><td></td><td colspan="2"></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="9">结算总金额：RMB</td></tr>
<tr><td colspan="9">结算总金额大写：　万　仟　元整</td></tr>
<tr><td>我社银行资料</td><td colspan="8">户名：　　　开户行：　　　账号：</td></tr>
</table>

复核：　　　　　部门审查：　　　　　制表：

6.2.6　购买必要的商业保险

旅行社可以购买专为自驾车旅游设置的商业保险，或者通过旅行社责任险、旅游意外险的方式转移部分风险。

6.2.7　提前预订酒店

只有充足的睡眠才能保证第二天具备良好的精神状态，因此，提前预订合适的酒店非常重要。通常住在星级较高的酒店可以享受到优质的服务，而且住宿、停车也安全。国庆



节期间，旅游城市的酒店爆满，若提前预订，就不用为住宿问题而苦恼。同时，根据行车速度和路程对照计划表，及时调整后面的行程。

6.2.8 委派领队领航

1. 自驾游领队应具备的条件

自驾游中一般把导游称为领队，在自驾游过程中，常常需要领队领航。旅行社组织的自驾游一般有国内长途自驾和海外自驾两种团队，有游客带车和海外租车两种方式。因此，自驾游领队应具备以下条件：一是必须具有一定的驾驶经验，了解自驾车旅游的特性，掌握汽车维修常识；二是应当熟悉沿线路况，有较强的方位感，拒绝“路痴”；三是外语口语好，有海外自驾游经历更好，熟悉相关国家的交通规则，能够为团队自驾车提供法律支持；四是必须具有较强的应变能力，面对自驾车途中可能发生的种种意外，如半路被劫、露营被盗、购物被骗、车坏在途中、发生交通事故及其他意外事故等，无论营救还是索赔都能从容应对。可以说，没有专业的自驾游知识和技能，是做不好自驾游领队工作的。

2. 自驾游领队的工作要点

一方面，自驾游领队与普通导游一样应提供日常导游服务；另一方面，自驾游领队还须承担团队安全管理的责任，工作难度比普通导游大。自驾游领队应在团队运行中担负起安全管理的责任，应熟悉每一位驾驶员的驾驶资质、驾龄和驾驶水平，对驾驶技术差和喜欢开快车的两类驾驶员要重点关照；车队行进中应安排领航车控制全团行进速度，及时提醒前方路况，通报安全隐患；安排后面的应急车留意团队队形，防止其他车辆混入团队中；在途中引导游客临时停车时，必须寻找到安全的地方，并打开应急灯，设置危险标志，避免在公路旁随意停车而引发交通事故；每天行程结束后，提醒游客及时修理故障车，避免出现大问题。此外，旅游行程安排不能过紧，应适当给游客沿途观赏的时间，避免因赶路引发交通事故。

6.2.9 出发前的准备

1. 物质准备

出发前应提前准备好以下物品。

① 车辆备件类物品。全套随车工具、备用轮胎、牵引绳、备用油桶、水桶、工兵铲等。如果是远途，要在出发前给油箱加满油；如果目的地比较偏僻，要考虑自备燃油，且要选用全封闭、金属外壳的安全容器。远途开车，最好选一位懂得车辆基本修理技术的人同行。如果有条件，最好两辆以上的车同行，可以彼此照应。

② 应急类物品。多功能手表、指南针、移动电话、组合刀具、对讲机。

③ 文本类物品。身份证、驾驶证、保险单、养路费及购置税 / 车辆使用税缴费凭证、公路地图、信用卡、笔记本和笔。随身携带电话本，并在第一页上写明自己的姓名、单位、亲人及朋友的电话，万一发生意外，抢救人员能及时和家人取得联系。

④ 药品类物品。绷带、创可贴、消毒药水、消炎药、晕车药、驱蚊虫药水等。



⑤ 日用品类。适时衣物、遮阳帽、手套、适宜驾驶的软底鞋、雨具、手电筒、照相器材、洗漱用品等。

⑥ 钱、信用卡等。外出旅行应备足钱款，除了准备预计的开销钱款和携带信用卡外，务必额外准备一些现金，以备应对突发事故。

2. 车辆检查

检查车况，检查轮胎(包括备胎)老化及损伤程度，判断其是否可以完成行程。检查制动系统，主要检查制动效果、制动液是否有渗漏、制动液是否缺少，检查电瓶、机油、冷却液、转向助力油是否正常。如果车辆刚进行过维修或保养，不要马上驾车出游。

3. 身体检查

出发前进行身体检查，不要带病出行。

4. 资料检查

出发前检查出行资料是否准备齐全，了解目的地及沿途的情况，资料来源于媒体、书刊及网络，主要涉及路况、路线、沿途社会状况、消费状况等。根据这些资料，制订出行计划。

6.2.10　行程中的安全监控

行程中应做好以下几项安全监控。

① 提醒驾驶员随时注意安全。提醒驾驶员在路边或夜间停车时，务必检查门窗是否锁好，贵重物品一律不要暴露和留在车内，以免引起不必要的麻烦。

② 尽量避免赶夜路。赶夜路不安全，一是容易发生被拦截抢劫的危险，二是夜间疲劳驾车容易发生车祸。

③ 中途停车休息。每 2 ～ 3 小时，最好停车休息一会儿，既可以避免因疲劳驾驶发生的危险，又能防止长时间驾驶对身体健康造成的伤害，也有利于缓解长途驾驶对车辆的损伤。

④ 不要同意陌生人上车。不要随便搭乘陌生人，而且要在顺手的部位放上防身用具、灭火器、防盗锁，以预防不测。

⑤ 控制车速。外出旅行行驶在空旷平直的大道上，容易因超速导致危险，所以一定要控制车速。

6.2.11　返程中的监控

1. 回程安全更重要

经过了几天的游玩，回程时更显疲惫，这时是发生交通事故的高危时段，驾驶员一定要在回程前保障充足的睡眠，这样才有精神应付长途驾车。更重要的是，一定要系安全带，即使有最保险的安全气囊。不到目的地，就要一直绷着“安全”这根弦。黄金周的后三天，出行的车主陆续返回，高速路口排成长龙，此时一定要有心理准备，即使堵在入口，归家心切也别急躁。



2. 清洗

除了对车身的清洗打蜡是必做的功课外，还要对进气通道、喷油嘴、化油器及空气滤清器等进行清洗或更换。由于长时间跑长途或者走土道，空气中弥漫的灰尘会大量堆积在空调滤清器或蒸发箱上，若不及时清理将会堵塞部分进气通道。如果车辆在外地加油后出现加速不良、油耗上升、尾气不合格的现象，建议进行油路、油箱和喷油器的清洗。

3. 检查

进行底盘检查是车辆跑长途后很重要的检查内容，包括对散热器、冷凝器、空调管路、油底壳、悬挂及传动部件的检查，万一发现受拖撞变形，一定要及时修复或更换。同时对底盘重要部位的螺栓进行标准力矩紧固，并且对相关部位进行必要的润滑。

此外，还要检测轮胎气压，判断轮胎是否有被扎破或出现裂口现象，并观察轮胎的磨损程度，如果发现轮胎有不正常的磨损，就意味着可能出现了轮胎动平衡或四轮定位方面的问题，这往往是旅途中通过颠簸的路面造成的。所以，无论是否出现不正常的情况，长途归来都要做一次四轮定位。

4. 补给

自驾游环境变化不一，车辆工作负荷大，其各种油液要比平时消耗得快，因此要格外留意。其中冷却液、发动机油、变速箱油、差速器油等关键油液尤为重要，如果发现亏少或变质，一定要及时进行补充和更换。添加的机油和水箱的水应当是厂家指定的相应规格产品，至于电池电解液，则必须是纯净的蒸馏水。

6.2.12　后续工作

1. 征求游客的意见和建议

游客是计调所安排的所有旅游活动的全程直接参与者和体验者，他们的意见和建议对计调工作的改进十分重要。自驾游计调员要求领队回收并上交至少70%的游客意见表。对游客普遍反馈的问题，自驾游计调员应该予以足够的重视，必要时要亲自调查，找到问题发生的原因并给予妥当处理，选择适当的方式给游客合理的答复。

2. 回收并审阅团队日志

自驾游团队日志是自驾旅游团队档案的一个重要组成部分，自驾游计调员应该要求领队及时认真填写并上交，在仔细研究后做归档处理。

3. 审核成本、及时报账

自驾游计调员不仅要审核成本，还要及时催促领队报账，使领队形成良好的报账习惯；对领队上交的支出凭据进行仔细严格的审核，坚决杜绝不合理的支出发生，进而保证旅行社的利益。



4. 资料归档

团队结束后，自驾游计调员应该尽快将团队各个环节中的相关资料归类存档。这些文件的归档一方面可以健全旅行社的档案资料，另一方面也对自驾游计调业务工作有一个圆满的交代。

【任务实训】

自驾游计调业务操作调研

▶ 实训目的

掌握自驾游计调业务的操作流程。

▶ 实训内容

学生到学校附近的自驾车旅游企业进行调研，了解自驾游计调员的工作内容和流程。

▶ 实训步骤

第一步：学生认真阅读教材，了解自驾游计调员的工作内容和流程。
第二步：学生选定学校附近的自驾车旅游企业进行调研。
第三步：学生调研该企业的自驾游产品、自驾游产品价格的构成。
第四步：学生查看自驾车旅游企业的计调资料。
第五步：学生询问该企业在自驾游操作中的成功案例和失败案例。

▶ 实训成果

每个学生提交一份旅行社自驾游调研报告。

【任务完成】

通过本任务的学习，学生了解了自驾游的基础知识和工作流程，能够顺利地掌握自驾游计调业务的操作流程。

同步练习

一、填空题

1. 旅行社与汽车租赁公司联合打造__________的自驾游方式，规避了汽车俱乐部不具备营利性企业的法定资质和旅行社不具备__________的特定资质的问题。

2. 设计自驾游旅游产品时，可以适当采用__________的组线技巧。

3. 不计免赔险作为一种附加险，需要以投保的__________为投保前提条件，不可以单独进行投保。



4. 自驾游是有组织、有计划，以＿＿＿＿＿＿为主要交通手段的旅游形式。

二、单项选择题

1. 有组织的、较正规的自驾游活动应该始于(　　)。

A. 1982 年　B. 1997 年　C. 2000 年　D. 2003 年

2. (　　)国家旅游局等 11 部委联合印发《关于促进自驾车旅居车旅游发展的若干意见》(旅发〔2016〕148 号)，自驾游获得了国家层面的政策支持。

A. 2016 年 12 月 7 日　B. 2016 年 11 月 11 日

C. 2016 年 2 月 4 日　D. 2016 年 11 月 7 日

3. 到 2020 年，我国要建成一批公共服务完善的自驾车旅居车旅游目的地，建成各类自驾车旅居车营地(　　)个。

A. 1 000　B. 1 500　C. 2 000　D. 3 000

4. 区域性的自驾车旅游只能是短期的，即以(　　)天为主。

A. 1 ～ 2　B. 2 ～ 3　C. 3 ～ 4　D. 4 ～ 5

5. 我国自驾车旅游者的消费水平比传统旅游方式高，大概为(　　)元 / 天。

A. 100 ～ 200　B. 200 ～ 400　C. 400 ～ 600　D. 600 ～ 800

6. 跟团自驾游产品成团人数一般要求在(　　)人以上，按照 4 人一辆车计价。

A. 8　B. 12　C. 16　D. 20

7. 自驾车旅游者投了不计免赔险后，就能把本应由自己负责的(　　)的赔偿责任再转嫁给保险公司。

A. 1% ～ 5%　B. 1% ～ 10%　C. 5% ～ 10%　D. 5% ～ 20%

8. 为了避免疲劳驾驶的危险、长时间驾驶对身体健康造成的伤害和缓解长途驾驶对车辆的损伤，自驾游开车(　　)小时，最好停车休息一会儿。

A. 1 ～ 2　B. 2 ～ 3　C. 3 ～ 4　D. 4 ～ 5

三、多项选择题

1. 自驾游所使用的汽车主要包括(　　)。

A. 轿车　B. 越野车　C. 房车

D. 摩托车　E. 自行车

2. 中国自驾游产业的形成与发展是(　　)理念的体现。

A. 自由　B. 个性　C. 探索

D. 驾驭　E. 休闲

3. 自驾游作为一种当今热门的出游形式，有别于其他传统参团方式的旅游，主要表现在(　　)方面。

A. 自主性　B. 小团体性　C. 多样性

D. 区域性　E. 短期性

4. 自驾车旅游的主要流向有(　　)。

A. 近地域流动　B. 城市周边休闲度假旅游区

C. 风景名胜区　　D. 公路通达，条件较好的地区　　E. 城市枢纽中心

5. 设计自驾游产品必须坚持(　　)的原则。

A. 过程至上　　B. 感受第一　　C. 体验至上

D. 休闲至上　　E. 安全第一

6. 自带车自驾游价格包括(　　)。

A. 餐费　　B. 住宿费　　C. 保险费

D. 领队和领航车费　　E. 门票

7. 租车自驾游价格包括(　　)。

A. 租车费　　B. 餐宿费　　C. 保险费及领队领航车费

D. 门票　　E. 油费、过路费

8. 自驾游团队的物质准备有(　　)。

A. 车辆备件类物品　　B. 应急类物品　　C. 文本类物品

D. 药品类物品　　E. 日用品类

9. 自驾游团队出发前应该做好的准备工作有(　　)。

A. 物质准备　　B. 车辆检查　　C. 身体检查

D. 资料检查　　E. 安全监控

四、判断题(正确的在题后括号内打“√”，错的打“×”)

1. 中国自驾游产业的形成与发展是“自由、个性、探索、驾驭”理念的体现。(　　)

2. 自驾车旅游属于私人出游性质，非公众旅游。(　　)

3. 散客自驾游人数较少，旅行社主要提供车辆服务，游客自主性比较大。(　　)

4. 自驾车旅游者购买了不计免赔险后，假如开车撞到柱子上，车主须承担的 15% 的损失费用同样由保险公司赔偿。(　　)

5. 我国自驾车旅游者的消费水平比传统旅游方式高，大概为 400 ～ 600 元 / 天。(　　)

五、简答题

1. 我国自驾游大规模兴起的原因有哪些？

2. 自驾游的组织形式主要有哪几种？

3. 自驾游产品设计应该注意哪些问题？

4. 自驾游团队在行程中应该做好哪些安全监控工作？

六、操作题

成都 A 公司的负责人给成都 B 旅行社打电话，要求成都 B 旅行社为该公司组织一次成都—马尔康—色达自驾游，时间为 6 天，具体安排是第一天成都到马尔康，并参观马尔康卓克基土司官寨。第二天从马尔康到色达，一路欣赏沿途美景。第三天游览五明佛学院、天葬台，晚上观赏五明佛学院夜景。第四天上午游览金马草原、东嘎寺，下午游览色达县城，晚上在格萨尔文化艺术中心看藏戏。第五天从色达到马尔康。第六天从马尔康到成都，结束自驾游。自驾旅游团人数为 9 人，车型为丰田考斯特 22 座，6 天租车费用为

9 500元，车费包含租车费、油费、过路过桥费、停车费、维修费、驾驶员服务费。马尔康卓克基土司官寨门票60元/人；住宿马尔康嘉绒大酒店两晚，每晚每间378元，含双早；色达县城住尼拉湖酒店，每晚每间260元，含双早，住宿3晚。餐标30元/人，共10次正餐。旅游意外险10元/人。安排一个领队领航，每天领航费300元。观看藏戏每人120元。

(1) 请你代表成都B旅行社自驾游计调员进行内部计价，计算出该自驾游的成本。

(2) 请你代表成都B旅行社自驾游计调员对成都A公司负责人报价(利润率按照10%计算)。



项目7 在线计调实务

项目概述

本项目主要介绍在线计调员应掌握的基础知识、主要业务及工作流程。首先，介绍在线旅游的发展情况。其次，阐述在线旅游的主要业务。最后，分析在线计调的工作流程。本项目分为三项任务，每项任务按照“任务导入→任务分析→任务实训→任务完成”来组织教学内容。

知识目标

1. 了解在线旅游的定义、核心价值及发展历程。
2. 熟悉在线旅游企业的基本业务。
3. 掌握在线计调的工作流程。

能力目标

1. 能够独立开发在线旅游产品。
2. 能够独立操作在线计调业务。



任务7.1　认识在线旅游

【任务导入】

▶ 案例介绍

随着“新零售”潮流的席卷，旅游行业同样也针对这一模式积极展开探索。一方面，在线旅游平台在蚕食传统旅行社市场份额的同时，在价格战之后重新审视旅游服务的价值；另一方面，传统旅行社积极“触网”，开启互联网平台的建设和线下门店的迭代，探索“新零售”模式。携程、同程旅游(后文简称“同程”)、广之旅等企业成为试水“新零售”的排头兵。业内人士表示，新的发展趋势表明未来没有纯粹的互联网公司，也没有纯粹的实体店。然而，“新零售”模式不仅要求线下门店运营上的革新，还要求建立高效的后台管理系统，将互联网资源与门店体验优势相结合，线上与线下的融合才是实现“新零售”的方式。

携程在2016年10月收购旅游百事通，通过旅游百事通拥有的5 000多家门店，全面落地二、三、四线城市，创新实施线上与线下融合的“旅游新零售”模式。携程旗下的另一干将去哪儿网(后文简称“去哪儿”)也宣布“战略下沉”至三、四线城市，在重庆、四川、陕西、河南、安徽、山东、天津、江苏等17个省市开实体门店，招募当地“合伙人”。同程在2016年分拆线上旅行社和线下旅行社之后，频繁投资并购线下旅行社，并在一年内开了约300家门店，2017年在南京推出同程首家星级体验店。途牛自2014年上市以来持续推进线上与线下(Online to Offline，O2O)战略布局，发力区域服务中心拓展。截至2017年11月，途牛已在全国范围内拥有180家区域服务中心，基本完成一、二线城市全覆盖，扩张重心已延伸至三、四、五线城市。驴妈妈旅游网(后文简称“驴妈妈”)线下布局则主打“线下子公司＋门店”模式。2016年，驴妈妈在西宁、乌鲁木齐、昆明、重庆、延边等全国110个城市设立子公司，并开设线下门店1 000多家，覆盖了全国主要旅游目的地。

在线旅游平台积极与线下企业融合时，线下旅游企业同样也在积极拥抱线上平台。2016年，广东省旅行社广之旅发布旅游服务平台“易起行”，向“旅游＋互联网”转型。据介绍，广之旅目前销售服务网络覆盖“线上＋线下”全渠道，其中门店已经全面启动“全网服务升级计划”，通过“一店一主题”的展示方式，将旅游过程中最吸引游客的要素提取出来，并引入增强现实技术(Augmented Reality，AR)、虚拟现实技术(Virtual Reality，VR)提供行前旅游体验。2016年10月，海航发布线上旅游应用平台HiApp，启动数字移动化转型。随着线上与线下的不断融合，互联网企业与实体店的界限逐渐模糊。

(资料来源：作者根据网上资料整理。)



▶ 案例解析

从 2016 年下半年开始，随着线上流量红利渐渐消失，各家在线旅游企业均面临线上飙升的获客成本；传统线下旅行社则承受客源大规模转向互联网、自身运营成本不断增长的双重压力。传统旅行社在焦虑，希望拥抱互联网，而在线旅游企业想往下走，需要当地人脉资源。在此背景下，旅游“新零售”应运而生。互联网旅游企业凭借现代网络技术，在旅游销售终端方面拥有很强的垄断性优势，综合实力和竞争力不断增强。在此情况下开始布局线下门店，开始向产业链的上游拓展业务，有助于增强产业链的整合能力，不断拓展业务，不断提高综合实力。旅游产业线上与线下的融合发展为旅游业的创新发展提供了新的动力和技术支持。

【任务分析】

近年来，中国在线旅游市场持续高速增长。随着旅游消费者数量和消费金额的增加，以及旅游细分市场的扩张，2018 年中国在线旅游市场交易规模达到 9754.24 亿元，同比增速放缓，相比过去五年，增速首次在两位数以下，为 9.3%。而 2013—2017 年中国在线旅游市场交易规模增速分别为 30.0%、45.2%、49.6%、56.1%、20.7%。

7.1.1　在线旅游的定义

在线旅游是指通过网络的方式查阅和预订旅游产品，可以通过网络分享旅游或旅行经验，而非通过在线(网络)的方式旅游或旅行。依托互联网，以满足旅游消费者信息查询、产品预订及服务评价为核心目的，囊括航空公司、酒店、景区、租车公司、海内外旅游局等旅游服务供应商及搜索引擎、线上旅行社(Online Travel Agency，OTA)、电信运营商、旅游资讯及社区网站等在线旅游平台的新产业正处于快速上升期。该产业主要借助互联网，与传统旅游产业以门店销售的方式形成巨大差异，被旅游从业人士称为“在线旅游”。

在线旅游作为一个新的服务业态形成于 2003 年，以携程上市为标志，派卡及电话逐步取代门店销售成为旅游产品销售的新渠道。携程作为中国在线旅游产业的旗帜，以呼叫中心为主的 OTA 成为中国在线旅游产业的研究方向。随着去哪儿、驴妈妈、途牛等网站的出现，标志着中国在线旅游产业新模式的出现，原有的以 OTA 为主并包含呼叫中心渠道的在线旅游市场研究范围面临较大的挑战。

7.1.2　在线旅游的核心价值

1. 提供旅游相关信息

无论互联网发展到什么程度，客户都不可能在无尽的信息中自己整理和分析，所以他们需要专业的公司整理所有信息，这些公司提供的信息应客观中立，以便他们做出明智的选择。随着社交网站的发展，OTA 需要提供更多客户信息，即由其他利益无关方提供的信息，这些信息更客观、更全面。





相关链接 7-1

2019年8月30日，中国互联网络信息中心(China Internet Network Information Center，CNNIC)在北京发布第44次《中国互联网络发展状况统计报告》。截至2019年6月，我国网民规模达8.54亿，较2008年增长2598万人，互联网普及率达61.2%，较2018年提升1.6个百分点。今后，我国网民规模将继续保持平稳增长，互联网模式不断创新、线上与线下服务融合加速，公共服务线上化步伐也将进一步加快，这些因素是网民规模增长的主要推动力。

2. 提供旅游预订服务

在合理的价格区间内，用户往往趋向于选择方便、安全的预订模式，而价格透明和趋同性的增强，会使用户逐渐使用已经习惯并且认为安全的方式。

7.1.3 在线旅游的发展历程

20世纪90年代是我国旅游信息化的发展阶段。1994年4月，我国正式接入国际互联网，开通了网络全功能服务，开启了我国互联网发展的新时代。同年国家旅游局信息中心成立，专为国家旅游局和旅游行业的信息化管理提供服务和管理技术。1997年至今，中国在线旅游市场不断发展，纵观在线旅游市场的进化过程，大致可划分为3个时期：传统OTA主导时期(1997—2005年)、细分化发展时期(2006—2010年)与多元化发展时期(2011年至今)。

1. 传统OTA主导时期(1997—2005年)

传统OTA是指以“机票＋酒店”为主要代理产品，并逐渐开拓休闲度假、商旅管理等业务的第三方在线代理商，其主要盈利模式为佣金收入，同时附带有网络广告收入，代表企业主要有携程、艺龙、芒果等。

这一时期中国在线旅游市场在市场份额上，携程、艺龙遥遥领先，其中2005年携程的市场占有率为52.2%、艺龙为24.8%、遨游为3.3%，其余市场份额被众多中小型在线旅游公司所瓜分。商业模式上仍然主要以OTA型在线旅游交易模式为主，辅以去哪儿为代表的旅游垂直搜索引擎在线服务平台和以同程为主要代表的由B2B(Business to Business，企业对企业)开拓B2C(Business to Customer，企业对顾客)类在线旅游服务商模式。

2. 细分化发展时期(2006—2010年)

这一时期，中国在线旅游市场呈现细分化的发展态势。一方面，以商务旅游为主的传统OTA在渠道和竞争的双重压力下，纷纷探寻新的产品方向并创新业务模式，以期开拓新的盈利增长点；另一方面，新兴的市场促进了更为细化的在线旅游网站不断涌现，在经



历了创始发展期后开始发力，在线旅游服务业务迎来全面发展期。根据其商业模式，可以将这一时期主要的在线旅游企业划分为以下 4 类。

(1) OTA 型在线旅游交易服务商。

OTA 型在线旅游企业凭借强大的技术优势、雄厚的资本背景和清晰的商业模式，成为在线旅游市场的主要力量。据艾瑞咨询统计，2010 年 OTA 网站营业收入达 67.6 亿元，同比增长 56.0%。传统 OTA 型在线旅游预订网站主要为用户提供机票酒店的预订服务，以收取佣金为主，属于航空公司、酒店的分销渠道。经过几年时间的培育，在线旅游市场开始成熟。大型 OTA，特别是作为行业领袖的携程和艺龙，其资金、技术、服务网络、品牌、客户资源优势已经形成，占据了主要的市场份额；新兴的中小 OTA，如驴妈妈、途牛、悠哉网等很难在规模上与它们抗衡，大多数选择结合旅游景点和旅行线路设计，立足度假旅游细分市场、创新服务为客户提供差异化的服务。因此，这一时期的中国在线旅游市场呈现出传统 OTA 型在线旅游交易服务商(如携程、艺龙、芒果)侧重在线旅行，重在住和行；而新兴 OTA 型在线旅游交易服务商(如途牛、驴妈妈、悠哉网)，所涉足的是在线旅游，重在游。

(2) 垂直搜索引擎类在线旅游服务平台：去哪儿 + 酷讯。

随着互联网信息急剧膨胀，出现了通用搜索引擎；随着海量的旅游产品信息和在线预订网站越来越多，催生了旅游行业垂直搜索引擎。垂直搜索引擎为整个在线旅游产业链带来了生机。

在机票、酒店、度假三大在线旅游产品中，机票的标准化程度最高，价格属于用户助买决策的主要因素，因此垂直搜索引擎提供的比价服务受到用户的青睐；此外，垂直搜索网站的产品选择较为丰富，也在一定程度上助推其吸引用户。酒店产品标准化程度次之，且中国酒店行业存在大量的单体酒店，这些酒店的信息化程度较低，自建及运营网站的能力欠缺，因此垂直搜索在酒店业的发展还处于初级阶段；度假产品则更为复杂，旅游垂直搜索网站对度假产品的开拓发展尚处于探索阶段。

(3) 社区点评攻略类在线旅游服务平台：到到网 + 马蜂窝 + 穷游网。

2006—2010 年，中国旅游市场的规模不断扩大，旅游需求不断增加。对于旅游者来说，旅行前在旅游攻略网站下载攻略；旅途中通过网络查询目的地交通、天气信息；旅游后在旅游点评网站发布点评，在社交网站上分享旅游经历，这一过程中每一阶段的细分需求都有待专业的在线旅游企业帮助实现。目的地需要了解旅游者的需求，旅游者也需要更多目的地信息，社区点评攻略类在线旅游服务平台则很好地把社交网站与广泛且价值巨大的旅游市场结合起来。

(4) B2B+B2C 类在线旅游服务商：同程。

随着在线旅游市场的发展，部分旅游 B2B 平台开始开拓 B2C 业务，以同程最为典型。同程主要有 B2B 和 B2C 两大电子商务平台，早期建立的 B2B 平台为旅游企业提供旅游资源的整合、交易，而新建的 B2C 平台则向消费者提供类似携程的各项旅游服务，从酒店、机票到各类门票、租车、旅游产品，最终都通过向商家抽取佣金的模式获利。

如果将同程比作一个大型超市，B2B 的会员企业则是超市的供应商，超市可以借助供应商系统实时调整超市货架上的各种旅游产品，一方面为同程和旅游企业提供高效率、低

成本的联系渠道；另一方面也为终端消费者提供了最及时的信息，避免平台信息与实际情况的不对称，方便他们有效地选购旅游产品。而其B2C平台(同程)更侧重以互联网方式与消费者对接。

3. 多元化发展时期(2011年至今)

从在线旅游业的整个发展过程来看，在线旅游行业发展的第一个时期是以携程为代表的在线旅游代理商主导的时期，携程是在线旅游市场的主力军；第二个时期是以去哪儿为代表的旅游垂直搜索引擎，随着在线旅游市场资源的日益丰富，信息量越来越大，垂直搜索是对在线旅游资源进行整合和简单的检索；第三个时期则进入百家争鸣的阶段。

这一时期在线旅游市场参与的主体越来越多，且模式也越来越多元化、差异化，各家均处于持续变革期。携程、艺龙等不断升级平台战略，携程打造综合旅游服务平台，艺龙则专注于酒店预订平台。去哪儿更是以在线旅游搜索平台战略，通过联合各种代理商，力求打造一个闭环平台，形成全方位解决方案商业模式。马蜂窝则力求以在线交通票务带动流量，着力开发订票、订房业务，形成自己的社区型商业模式。涉足在线旅游服务的渠道分销商越来越多，如淘宝、京东、腾讯、苏宁等。团购作为一种低成本的消费方式，深受广大消费者青睐，以窝窝团、美团网、大众点评网、糯米网、拉手网等为代表的团购网站也涉足在线旅游市场，纷纷推出团购旅游产品。

【任务实训】

梳理在线旅游的发展历程

▶ 实训目的

了解在线旅游的发展历程。

▶ 实训内容

学生查阅在线旅游的发展情况，了解在线旅游的发展历程。

▶ 实训步骤

第一步：学生通过阅读教材了解在线旅游发展的每一个阶段。
第二步：学生查看每个阶段主要在线旅游企业的发展情况、主要产品及经营情况。

▶ 实训成果

学生归纳各个阶段在线旅游企业的基本情况。

【任务完成】

通过本任务的学习，学生对在线旅游有了简单的认识，了解了在线旅游的定义、核心价值，明确了在线旅游发展的几个阶段及各个阶段在线旅游企业的基本情况。



任务 7.2　在线旅游企业主营业务

【任务导入】

▶ 案例介绍

“明明花了 2 576 元，发票上却只有 2 400 元。”鼓楼的许先生告诉记者，2017 年 3 月中旬，单位派他到北京出差，他在一个在线旅游平台上购买了福州往返北京的打折机票。

出差回来后，他拿着行程单(机票发票)找公司财务部门报销。在核对金额时，许先生发现行程单上实际支付的金额与能够报销的金额差了 176 元。“我查了半天，才发现我的订单记录里莫名其妙地出现了诸如 28 元酒店优惠券、30 元旅游券等费用。”

许先生随后打电话咨询该旅游平台的客服，得到的答复是：如果不需要购买这几项配套服务，顾客要在下订单前取消勾选，一旦订单生成并支付成功，就代表已经默认这项服务，钱就无法退还。

“一般买机票时核对一下航班号、乘机人信息和日期，没错就下单了，谁能想到还有收费项目。而且多数人都不是购买机票的常客，根本想不到要取消这些选项。”许先生说，这种所谓的“可勾选”，消费者难以察觉，实际上就是捆绑销售。

(资料来源：作者根据相关资料整理。)

▶ 问题

比实际机票多出的钱是谁绑架的？今后遇到类似情况应该怎么办？

▶ 案例解析

比实际机票多出的钱是在线旅游平台捆绑销售的。因为现在航空公司都在自己的官网或官方 App 上销售优惠机票，且对“票代”实行“零佣金”政策，在这种情况下，机票代理商只能通过捆绑销售来获取利润。此外，有时会出现旅游网站或 App 上的机票价格比航空公司官网低的情况，这时机票代理商往往通过捆绑销售酒店优惠券、送机券等把利润补回来。因此，这种机票的附加条件都十分苛刻。例如，官网规定只收 10% 的退票手续费，代理商可能要收取 50%，机票也不退不改签。

对于捆绑销售，如果商家提前告知，让消费者自主选择，是可以的，但是如果变成强制消费，就涉嫌侵犯消费者的选择权和公平交易权。

今后如遇到类似情况，消费者要通过截屏等方式保留好相关证据，然后与商家协商解决。如果对方拒绝或拖延解决，消费者可以向市场监管部门或消费者维权组织投诉，也可以直接向法院提起诉讼。



【任务分析】

据前瞻产业研究院发布的《在线旅游行业发展前景预测与投资战略规划分析报告》数据，中国在线旅游市场交易结构占比分布情况中，2017年机票市场份额占比为57.9%；酒店交易的占比为19.7%，增速较为稳定；在线度假旅游市场份额进一步提升，占比为18.1%。随着人们生活水平的不断提高，在线度假旅游市场将保持高速增长。

7.2.1 在线机票预订业务

在线机票预订是指旅游消费者通过在线旅游服务提供商的网站提交预订订单，提交成功后由消费者通过网上支付得到电子机票，或者等机票送票上门后付费。结合中国在线旅游的现状，从在线旅游服务提供商的网站查询，并通过呼叫中心预订成功的交易，也算作网上订票交易。

1. 在线机票预订的方式

对于在线旅游企业来讲，机票预订有3种方式：第一种为航空公司网站直销，如东方航空公司官网线上销售机票；第二种为航空公司借助批发商、代理商进行分销，如携程、艺龙对机票的销售模式；第三种为机票上游销售商为各航空公司，中间商为批发商、代理商，用户通过中间商利用搜索引擎、网购平台及其他媒体在线进行机票预订，如去哪儿、酷讯的销售模式。机票市场主要销售渠道及特征见表7–1。

表7–1 机票市场主要销售渠道及特征

典型销售渠道	主要类型	渠道特征
传统渠道	大型机票批发商(腾邦国际) 中小机票代理人 出入境旅行社及国内组团社 差旅管理公司	以企业用户及包机业务为主；PRU(Pseudo-Random Upstream，上行伪随机序列)值较高，但品牌忠诚度低，市场份额不断下降
航空直销	航空公司营业部柜台及航空公司官网 自助售票终端及航空公司呼叫中心等	以服务散客及航空公司大客户为主，市场份额缓慢上升
OTA渠道	携程、腾邦国际、艺龙等在线旅游服务商 号百通、12580、114等 独立手机客户端 京东、苏宁易购等综合电商平台	以服务散客为主，强调服务质量及接入多渠道、领先的品牌影响力推动市场份额上升
销售渠道	银行客户渠道(招商银行、中信银行等) 中国邮政等特殊渠道	基于已有用户资源通过差异化产品及服务占领用户，市场份额呈现快速上升态势

2. 在线机票预订的市场份额

根据Analysys统计数据，2018年，中国在线旅游市场规模达9 754.25亿元，同比增长9.3%。



3. 在线机票市场的发展趋势

在线机票市场主要有五大发展趋势：一是航空公司“提直降代”，调整市场秩序，对在线机票市场的竞争格局产生影响；二是在线机票预订用户向移动端转移，满足用户随时随地的使用需求；三是打包产品销售成为航空公司新的增长点；四是整合全球分销系统(Global Distribution System，GDS)将是未来机票分销的新模式，能够快速推动机票 B2B 市场的发展；五是航班信息类 App 发展迅速，提高了时效性，为用户出行提供更可靠的保障服务。

7.2.2　在线酒店预订业务

在线酒店预订是指旅游消费者通过在线旅游服务提供商的网站提交预订订单，提交成功后由消费者通过网上支付或者凭预订单号直接到预订的酒店 / 宾馆前台付费。结合中国在线旅游市场的现状，从在线旅游服务提供商的网站查询，并通过呼叫中心预订成功的交易，也算作网上订房交易。

1. 在线酒店产业链的形成

中国在线酒店产业链由上游产品供应商，渠道商，新预订、新营销渠道，最终用户(注：下文略)四部分构成，如图 7.1 所示。

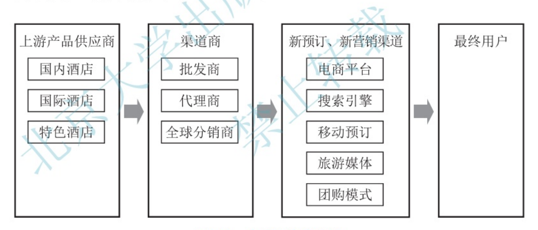


图 7.1　在线酒店产业链

(1) 上游产品供应商。

上游产品供应商包括国内酒店，如锦江之星酒店、汉庭酒店等；国际酒店，如洲际国际酒店、万豪国际酒店、喜达屋国际酒店等；特色酒店，如桔子水晶酒店、布丁酒店等。它们构成了上游庞大的酒店供应群，存在的问题是信息化程度低、中央预订系统管理水平较为初级、酒店管理能力参差不齐等。

(2) 渠道商。

渠道商主要有批发商、代理商，如携程、艺龙、同程等。此外还包括全球分销系统，少数管理水平、信息化水平较高的酒店通过全球分销系统连接自身的中央预订系统来提高酒店分销效率。大型的批发商与代理商通过信息或半信息手段对全国主要城市和地区的核



心酒店进行覆盖，订单量相对较大。区域型、小规模的批发商掌握部分有价格优势的酒店资源或渠道，中小规模的代理商通过接入前两者代理商或者全球分销系统进入酒店的分销部分。

(3) 新预订、新营销渠道。

新预订、新营销渠道主要包括电商平台，如QQ网购、京东等，电商企业通过接入大型批发商或代理商等酒店库存，完成向综合型平台的扩展；搜索引擎类(如去哪儿)帮助部分酒店及代理商完成酒店的线上销售。中小创业型公司通过接入大型批发商、代理商等的酒店库存，开发创新性的移动预订应用。此外，还有以酷讯为代表的旅游媒体和以糯米、窝窝团为代表的团购模式等。

随着行业竞争的加剧，在线酒店预订企业分工越来越细，存在多种经营模式。企业开始向产业链上下游延伸。去哪儿向上游延伸，与酒店合作，开展直营业务。携程向下游延伸，与垂直搜索引擎去哪儿合作拓展渠道，入驻淘宝平台。而淘宝网和京东则以电子商务企业的身份，发挥平台的优势介入在线酒店预订行业。

2. 在线酒店预订的市场份额

劲旅咨询－劲旅智库监测数据显示，2016年，中国在线旅游市场交易规模约为6 134亿元。其中，在线住宿预订市场规模为1 267亿元，占比为20.7%。中国住宿预订市场规模约为3 162亿元，在线住宿预订市场渗透率约为40.1%。

携程一直遥遥领先，其市场份额占据整个市场的一半，它的行业地位显而易见。“携程模式”即通过先发优势，利用半互联网、半呼叫中心的平台，将数量众多的酒店等产业链资源供应商绑在一起，并聚集庞大的用户群，通过全国范围内的酒店和机票产品预订来获取代理销售佣金实现盈利。目前以携程为代表的返佣模式依然是绝对的主流模式。艺龙稳稳占据着第二的位置，艺龙与携程之间的竞争一直未曾停止，艺龙最早开发开放的分销体系，为相关银行、电商网站、创业型在线旅游代理商、创新第三方应用程序(App)等提供酒店库存，形成了庞大的分销系统，同时在酒店团购方面也与多家团购网站建立了合作。

3. 在线住宿市场的发展趋势

在线住宿市场发展趋势主要包括5个方面。一是智慧酒店将成为传统酒店升级换代的大方向，移动智能化受到广泛关注。二是随着酒店B2B在线直销平台的价值显现，B端成为酒店投资的新热点。三是中国企业掀起海外酒店的并购热潮，包括锦江集团、安邦集团、信泰资本、携程在内的各行业巨头都加快了海外扩张速度。四是商务用户和休闲度假用户的预订出现明显差异，后者更倾向于选择度假租赁类住宿，如民宿、公寓短租、度假村等，而商务用户呈现向商务型酒店转移的趋势。五是度假租赁市场将会进一步产业化、规范化，继续快速增长。



7.2.3 在线度假旅游预订业务

1. 中国在线度假旅游市场规模

据劲旅咨询监测数据显示，2016 年，中国在线度假旅游市场交易规模约为 6 134 亿元。其中在线度假预订市场规模是 1 110 亿元，占比为 18.1%。中国度假预订市场规模约为 4 321 亿元，在线度假预订市场渗透率约为 25.7%。中国在线度假旅游市场中，携程、途牛、同程一直位列前三。



相关链接 7–2

携程的旅游度假业务

携程的在线度假旅游业务始于 2003 年，以互联网和传统旅游业相结合的运营模式，向会员提供全方位的旅游服务。时至今日，携程每月为超过 8 万人次提供旅游度假服务，具备自由行、团队游、半自助、巴士游、自驾游、邮轮、签证、用车等全系列产品和服务体系。1 000 余条出游线路覆盖海内外 200 余个旅游景点，可从上海、北京、广州、深圳、成都、杭州、厦门、青岛、南京、武汉和沈阳等 30 多个城市出发。

作为中国领先的在线旅游服务网络，携程率先将高品质度假的概念引入中国旅游业，首家提出了“携程自由行”“透明团”等创新产品和服务，主打“丰富、超值、可靠、高品质”旅游理念，致力于提供满足大众全面需求的、高质量的旅游产品，并通过服务和资源的规模化运行，在为会员提供丰富选择的同时，保证服务标准化，从而进一步提升服务水平。

2. 在线度假旅游市场热门产品类型

近两年，我国在线度假旅游市场稳步发展，成为在线旅游热度最高的板块。在线度假旅游产品主要有主题旅游、海岛旅游、邮轮旅游三种。

随着人们生活水平的提高，旅游度假产品不仅要满足人们休闲娱乐的需求，还要满足细分人群的差异化需求，主题游产品发展火热，主题游针对不同细分人群，分为亲子游、蜜月游、购物游、游学游等。另外，近两年海岛旅游和邮轮也持续火热。海岛旅游多以自助游为主，满足消费者休闲度假需求，夏威夷、马尔代夫、普吉岛、巴厘岛等为 2018 年在线度假热门海岛目的地。

3. 在线度假旅游市场的发展趋势

在线度假旅游市场的发展主要呈现四大趋势：一是在“互联网 +”背景下，线上线下融合不断加强；二是随着旅游市场从传统的观赏型旅游向体验型旅游转变，体育旅游将受到旅游企业及资本的关注；三是医疗旅游的产业链正在快速形成，随着医疗技术的进步及人们对健康的关注度的增加，体检、美容、养生、生育类医疗旅游将成为行业热点；四是旅游金融将迎来新一轮增长，用户也将在市场的推动下逐渐形成使用旅游金融产品的习惯。

7.2.4 在线其他新兴业务

1. 租车业务

为了出行便利，一些在线旅游企业推出了在线租车业务，租车软件上的业务也异常火爆。2012年7月，京东商城宣布其租车业务正式上线。京东商城租车业务的合作伙伴为一嗨租车，目前已在京东旅行旗下专门设置了租车频道。京东商城租车服务覆盖北京、上海、深圳、广州、南京、杭州、武汉等多个城市，每个城市的不同区域都设有多个门店，提供几十款车型为用户服务。用户在京东商城只需4步，就可轻松租车：第一步，选择行程和车辆；第二步，填写订单；第三步，在线支付；第四步，预订完成。在租车频道首页，京东商城为用户提供了各个城市的租车入口，帮助用户省时省力。此外，京东商城为了使用户能够在第一时间获取最新的车辆促销信息，专门推出了“特价租车订”。

2. 邮轮业务

邮轮产品主要分布在欧美市场，欧洲和北美邮轮客源占全球邮轮客源的87.5%。目前中国邮轮市场的主流产品仍是大众型的中、低端线路，价格比较实惠，能够吸引更多人体验邮轮旅游，对于拓宽客源有着重要意义。总体而言，国内邮轮产业发展正在兴起，未来几年内仍将是重要的黄金发展时期，前景较好。中国邮轮企业应加快布局，以免错失发展良机。

3. 签证业务

国内在线旅游企业通过降低签证办理费用，扩展企业签证办理业务，从而推广其出境游等其他旅游业务。2014年，携程联合近十家在线旅游公司和线下旅行社共同发布《签证透明化白皮书》，定价采用“透明化”方式。实施透明新政后，签证预订人数急剧增长，单月突破8万人。因此，签证市场也将会更加注重服务质量。美国、加拿大等国家签证材料多而复杂，签证办理过程中存在拒签的风险。办理签证业务也存在以下两方面的弊端：一是签证办理业务的收费标准不统一；二是消费者资料信息可能被泄露。因此，人力资源、经验资源、旅游同行业资源等多项线下资源是在线旅行社办理这类国家签证时的关键因素。

4. 互联网金融业务

互联网金融业务延伸至各行各业，其中，携程推出金融理财概念产品；腾邦与众多中小机票代理商合作开展B2B的机票业务，2014年上半年，腾邦发放贷款和垫款余额为2.66亿元，其小额贷款业务已实现经营收入2 650.60万元。对开展旅游互联网金融服务而言，在线交易平台、小额贷款牌照、互联网支付工具，在旅游商品销售、资金流通、金融服务这三大环节需要实现闭环。在供应链金融领域，互联网形态的金融服务已经有所发展，也给在线旅游企业带来新的机遇。

5. 团购业务

艾瑞统计数据显示，2016中国OTA市场营收规模为298亿元，同比增长48%。艾瑞



分析，伴随着国内旅游市场大环境的稳定增长，线上 + 线下融合不断深化，OTA 的市场地位将进一步得到强化，其市场营收规模将持续扩大。

【任务实训】

在线旅游企业主营业务调研

▶ 实训目的

明确我国在线旅游业务的经营情况。

▶ 实训内容

学生通过互联网查找在线旅游企业的经营情况，了解在线旅游企业的主要业务及其基本情况。

▶ 实训步骤

第一步：学生登录并了解携程、途牛、同程、驴妈妈等网站。
第二步：学生分析各个网站的主要业务。
第三步：学生归纳在线旅游企业的各个主要业务。

▶ 实训成果

每一位学生提交一份在线旅游主营业务调研报告。

【任务完成】

通过本任务的学习，学生了解了在线旅游企业的几种主营业务，对在线机票预订业务、在线酒店预订业务、在线度假预订业务有了更深的认识。

任务 7.3　在线计调的工作流程

【任务导入】

▶ 案例介绍

携程、旅游百事通推出周年百店同庆“通通直达”周边游产品，只要 99 元，就能带家人参与百店联动、百团大战之“千车万人游龙谷湾”活动，与恐龙亲密接触，零距离感受高科技 VR 体验、4D 轨道电影、360 度球幕电影院、刺激游乐设施、梦幻儿童乐园！

这是国内最大的在线旅行社携程进军广西市场带来的一项直接利好。2016 年 10 月，携程与旅游百事通达成战略协议，布局旅游“新一线”和中小城市，将广西壮族自治区作为重点区域，打通产品库。除了 99 元周边游，消费者还可以通过携程旅行 App 找到国内



游、出境游、跟团游、自由行、一日游等产品，以及可以在广西壮族自治区130家百事通门店中得到专业人员的咨询服务。

携程与旅游百事通春季联手，打造全国百城百万游客“春游欢乐季”，做到真正不进店、不自费、高品质、低价格、体验舒适，满足中老年游、家庭出游等需求的周边游亲民产品。这是旅游百事通“通通直达”升级后的乐游产品。“通通直达”是旅游百事通2015年打造的又一品牌力作，致力于让广大游客告别糟糕的旅游体验。其深度挖掘产品属性，根据不同季节优选各地区的优质景区，行程轻松，全程无购物，价格优惠，并添加互动环节，确保游客在整个旅游过程中有极高的参与度，有效地推动了周边游的增长，仅2016年收客规模就突破百万人次。

广西旅游百事通总经理张炜表示，自2016年，百事通门店迅速突破130家，实现广西壮族自治区内全覆盖。为了答谢客户的厚爱，旅游百事通精心筹划一个月，推出百店联动、百团大战之“千车万人游龙谷湾”活动，同时联合国家旅游局指定优秀导游培养工作室——黄志康导游工作室全程提供服务。最重要的是，本次活动百事通将拿出足够的诚意重金高额补贴，通过补贴，原价298元/人的门票，从南宁出发成人仅需99元，1.5米以下儿童49元。全区自驾游仅需99元买大送小！欲加入这场万人狂欢盛典的游客，可在广西旅游百事通区内各大营业部及携程旅行App报名。

“千车万人游龙谷湾”只是春游欢乐季的开端，百事通还推出“龙脊放水节”“桂、湘、黔三省联游”“大美中华畅游华东”“穿越桃花源”等主题活动，同期美国百人团、欧洲百人团、泰国百人团、澳大利亚百人团将掀起新一轮的旅游热潮。

（资料来源：广西壮族自治区旅游发展委员会。）

▶ 问题

携程联手旅游百事通在广西壮族自治区推出的系列产品解决了什么问题？

▶ 案例解析

旅游百事通是全国旅游十强企业——重庆海外旅业集团倾力打造的旅游连锁品牌。2007年，重庆海外旅业集团打破传统经营模式，率先提出“产销分离”概念创立旅游百事通。2012年，旅游百事通在线商城正式上线，尝试在线与实体的联合发展；2014年，基于微信应用场景开发了掌上微店——掌旅通，实现从传统的线下旅游零售商向旅游O2O企业的方向转变。2016年7月，旅游百事通正式推出“移动微店”，加盟模式由单一的线下实体店扩大到了线上，以及个人旅游顾问加盟。如今，旅游百事通早已不再是一家专注于线下发展的旅行社，而是一个集线下与线上为一体的旅游O2O平台。

携程拥有2.5亿会员，出境游、国内游业务的市场份额位居在线旅游行业首位，是国内最大的线上旅游渠道。其整合落地的5 500家门店，均由携程战略投资合作的旅游百事通来管理运营。旅游者不仅可以在当地门店报名，也可以随时随地在携程的App和网站预订。这种“线下门店＋在线商城＋掌上微店”三位一体的模式很好地解决了线下与线上如何有效融合的难题。



【任务分析】

在线旅游的迅速发展催生了在线计调的产生。在线计调就是在线旅游企业内部专职为跟团游、自由行游客设计产品、安排接待计划，并承担旅游服务采购和调度工作的一种职位类别。在线计调分为广义的在线计调业务和狭义的在线计调业务两种。广义的在线计调业务，涉及在线旅游产品的开发与上线、销售与维护、预订与确认、对接等操作内容。狭义的在线计调业务，即平时业界所说的"对接人"，就是负责与游客、组团社、地接社沟通，为游客落实各个接待环节的专职人员。小型在线旅游企业在线计调所从事的工作基本上就是广义的在线计调业务。大型在线旅游企业分工很细，在线旅游产品的开发、上线、销售、预订、对接等工作由不同的人员负责。本书重点讲广义的在线计调业务。

7.3.1　在线旅游产品的开发与上线

在线旅游产品的开发离不开线下掌控游客的组团社和掌控资源的地接社的紧密配合。大致开发流程如下。

1. 审查供应商资质

在线旅游企业会严格地审查供应商的资质，需要供应商提供营业执照、旅行社业务经营许可证、税务登记证、旅行社责任保险单。只有这些资质全部合格，在线企业才有可能与其合作。

2. 地接社设计初级产品

经过在线旅游企业审核合格的地接社才有资格设计在线旅游产品，合格的地接社根据当地的资源和游客的需求设计当地旅游产品。这个产品只是一个初步的框架，包括旅游目的地(旅游景区)，产品受众(如中青年、老年、情侣、学生等细分市场)，特色卖点(如针对年轻客户，可以开发体验式旅游的产品)。

3. 与OTA产品经理对接

针对产品的基本框架进行交换，如旅游目的地和卖点，根据产品经理给出的意见进行修改，与产品经理对接后，产品才能算是基本定型。

4. 实地踩线

待OTA产品经理确认之后，还必须针对旅游活动中的食、住、行、游、购、娱进行资源的探访，资源的采购围绕产品特色来选择。

(1) 餐饮服务踩线。

餐饮服务踩线就是产品经理亲自到各个餐饮企业进行考察，确定餐标和价格。在所针对人群的标准之内，选择最令人满意的餐标，并考核餐馆(饭店)在此餐标下的服务水准。此外，也包括一些自费项目，如九寨沟的土火锅、稻城亚丁的高原鳕鱼等。

(2) 住宿服务踩线。

住宿服务的采购主要有以下因素需要考虑：一是酒店的位置，一般是与第二天的景点相对应；二是服务水平和价格水平及与本产品的适合程度，如爸妈安心游产品，考虑到老人的身体状况，一般会选择设施设备较为完善的酒店。年轻人钟爱的特色游则可能选择具有当地风情的酒店，如九寨沟的星宇国际大酒店、圣域莲花酒店等。

(3) 交通服务踩线。

交通服务分为两类：一类为景区外大交通，如飞机、火车、巴士；另一类则是景区小交通，如索道、观光车等。OTA 与传统旅行社相比的特别之处在于收客渠道，如成都的旅行社可能会收到上海的游客，此时的飞机、火车等交通是必不可少的部分。景区小交通则根据产品的特性选择包含。

(4) 游览服务踩线。

游览服务踩线主要是采购游览景点门票，要做到明码标价；要根据游客的喜好来选择旅游景点。

(5) 购物服务踩线。

购物服务踩线要注意选择购物点，购物点在一定地域内是固定的，可以与其谈判，尽量降低价格，同时要保证质量。

(6) 娱乐服务踩线。

娱乐服务踩线就是要注意娱乐项目的健康性和趣味性。娱乐项目基本上是固定的，可以与其谈判，尽量降低价格。

5. 形成最终产品

踩线结束后，应将整个踩线过程加以分析总结，完善预案，形成完整的线路行程，再详细算出产品的成本，在成本基础上加上利润便是售价。线路行程 + 售价 = 完整的旅游产品。同时要确定产品价格(成人价、儿童价和单房差)，确认班期(发班出团的时间，此项的目的在于合理调控每次发团的人数，在己方收客不理想的情况下，可以与行程一致的产品拼团)，在产品设计完成后，及时将产品目的地、行程、价格、班期、服务标准提交产品经理。

6. 产品上线

旅游产品设计好之后，根据各平台(携程、途牛、同程等)要求，将线路名称、线路特色、线路行程、线路注意事项、线路产品价格、游览示意图等编辑在平台上，然后由审核员审核产品。如未通过审核，产品审核员会通知产品编辑修改不足之处，然后再审核，直到产品符合平台要求，产品才会上线。


相关链接 7—3

在线旅游产品构成

在线旅游产品包含的内容没有统一要求，每家旅行社都有自己独特的展示方式。但是



基本包括产品编号、产品名称、产品报价、产品特色、行程介绍、费用说明、预订须知、用户点评等内容。表 7–2 列举了携程、同程、途牛三家企业线上旅游产品内容。

表 7–2　携程、同程、途牛三家企业线上旅游产品内容

企业	携程	同程	途牛
线上旅游产品内容	产品编号 产品名称 产品报价 产品特色 服务保障 供应商 行程概要 产品经理推荐 行程介绍 费用说明 预订须知 用户点评	产品名称 产品编号 产品报价 产品特色 线路景点 推荐理由 优惠详情 产品特色 行程介绍 费用说明 预订须知 用户点评	产品名称 产品编号 产品报价 优惠活动 领券活动 特色服务 产品品牌 产品经理推荐 优惠信息 产品特色 产品升级 费用说明 预订须知 游客点评 在线问答 相关产品

（资料来源：作者根据携程、同程、途牛三家网站资料整理。）

产品编辑完成后会同时获得两个产品号，一个是从本地出发的产品号，另一个是从全国其他城市出发的产品号。本地出发的产品，录入之后提交本地分公司审查，最后提交 OTA 总部审核，完成上线售卖。从全国其他城市出发的产品，需要添加大交通，再提交出发城市的分公司审查，最后也需要提交 OTA 总部审核，完成上线售卖。到这一步，游客已经可以在网上看见该产品了。

7.3.2　在线旅游产品的销售与维护

1. 在线旅游产品的销售

在平台上，有专门的客服和销售人员，客户在前台看到产品后，产品页面有在线客服和电话客服，都可以进行在线咨询，可以询位、询价，也可以询问行程中的自费或购物店情况等。后台的客服和销售会耐心而专业地为客户解答，从而销售产品。

2. 在线旅游产品的维护

由于旅游会受到政治、气候、天气、宗教等各种因素的影响，产品必须及时更新。例如，淡旺季的九寨沟、峨眉山、黄龙的门票的变化，一般 11 月 10 日后九寨沟行程中的黄龙会改为牟尼沟，这时就必须在网上及时修改相关信息。为了让产品在网上数千条产品中



脱颖而出，产品的及时维护必不可少，在游客出行的过程中，真诚的服务会为产品带来良好的口碑。此外，各个OTA平台都有各自的广告渠道。

7.3.3 在线旅游产品的预订与确认

1. 在线旅游产品的预订

(1) 预订步骤。

游客可以直接拨打网上提供的电话进行预订，也可以直接在网上在线预订。



相关链接 7-4

网上预订旅游产品的步骤

网上预订旅游产品一般需要完成几个步骤，现在以携程的预订为例加以说明，如图7.2所示。

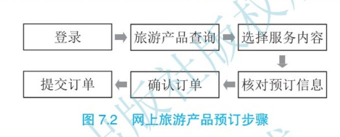


图 7.2 网上旅游产品预订步骤

① 登录。网页上方单击“登录”，正确填写用户名及密码登录。

② 旅游产品查询。如需要预订度假旅游产品，则单击“旅游度假”标签，进入旅游度假查询界面。根据需要选择出发地、目的地(或关键字，如“团队游”“邮轮游”等)后，单击“搜索”；页面上会显示符合搜索条件的产品，可以通过起价范围、出游天数、产品类型、重点目的地等条件进一步筛选，也可以按在线企业推荐级别、价格或出游天数调整产品的排列顺序；点击需要的旅游度假产品后，会有详细的产品信息，包括产品经理推荐、团队游行程安排、费用包含等重要提示。

③ 选择服务内容(如日期、人数、机票和酒店等)。单击“预订”，选择出发日期、酒店入住日期、退房日期、返回日期和出行人数，单击“下一步”；在线企业会自动选择交通、酒店及已包含项目，可以通过单击“修改航班”或“重新选择酒店”，在更多的航班和酒店中重新选择；确定交通和酒店后，单击“下一步”；选择需要的附加产品后，再次单击“下一步”。

④ 核对预订信息，填写旅客清单。仔细核对预订行程信息；仔细阅读《旅游度假产品预订须知》(国内须知、海外须知、海外团队须知、签证须知、租车须知、PASS须知等)及补充条款，并确认是否接受，不接受则无法进行下一步预订；仔细填写出行旅客的姓名、证件类型、证件信息和联系方式等；确定一位联系人，并填写联系人的姓名、邮箱地址、手机或座机号码(如电话有分机一定要填分机号)。在预订过程及旅程中，需填写真实准确的信息；单击“下一步”。

⑤ 确认订单。选择配送、自取、EMS等配送方式；选择支付方式(信用卡预付的需要填写信用卡资料)；选择是否需要发票(需要发票的，则填写发票信息)；填写附加信息。可注明特殊要求，如酒店大床房等信息，此类特殊要求旅行社一般会尽量安排；单击“下一步”。

⑥ 提交订单。页面上会显示此次预订的所有信息，核对无误后，单击“提交订单”，提交成功后，将显示订单号。



按照以上预订流程操作后，订单会正式传送至在线企业。但这并不意味着预订已获确认，只有收到电话、短信或邮件等形式的确认时，预订才算成功。操作至上述第⑥步后，系统会显示最晚确认时间。

(2) 预订的时间。

国内产品一般提前 30 天左右上线，国内短途产品一般需要提前 1 ～ 2 天预订并付款，国内长途一般至少需要提前 3 个工作日预订并付款；海外产品中自由行产品一般提前 45 天左右上线，海外产品一般需要提前 4 ～ 10 个工作日预订并付款，海外产品中团队产品一般提前 90 天左右上线，在“重大节假日”或“黄金周”及其他旅游旺季，为确保正常出行，需尽量提前提交订单并付款，以确保预订成功。

(3) 付款方式。

上线订购旅游产品付款方式比较灵活，但各个在线企业还是有一些差别的。例如，携程的付款方式为现金和信用卡，在携程为游客配送相应票证时可以支付现金，或者游客直接到携程指定地点上门付款。如果选择信用卡支付，就需要了解信用卡的使用范围：大部分国内银行信用卡都可使用，可使用的海外信用卡包括 VISA(维萨)、JCB、AMEX、Diners Card(大莱卡)、Master Card(万事达卡)；具体根据信用卡支付页面显示的为准。游客无须开通网上支付功能，在预订的时只要提交信用卡信息，携程就会通过银行授权扣款。

途牛的在线支付方式为网银支付和信用卡支付两种模式。在网上支付前，要联系客服专员确认订单已打开网上支付开关。使用网上支付的银行卡必须开通网银功能，使用信用卡支付时要看清楚是否属于指定范围。与途牛网合作的第三方支付平台包括银联在线支付、财付通、快钱、支付宝、微信支付。

2. 在线旅游产品的确认

各个网站对订单的确认程序会有所区别。一般情况下，途牛的订单都是一次确认，无法再修改，如果要修改，就要征求游客的意见，游客不同意，就只能按照程序来赔款。同程网的订单可以二次确认，如果供应商有机位，就可以点击“确认”，否则就会驳回。确认订单时应该注意以下事项：一是订单金额。检查订单上的金额与实际产品报价是否有出入；二是游客的备注信息及特殊要求，便于出票时或给地接社下确认件时交代清楚；三是游客的出游时间是否准确，是否与机票或者签证相吻合；四是游客所订行程是否与网上的行程一致。

7.3.4 票务对接和目的地服务确认

游客完成旅游产品预订和订单确认之后，就开始对接票务和地接确认。

1. 对接票务

如果游客订的双卧，就需要对接火车票票务。在线计调员需要将游客往返的时间、车次、游客姓名及身份信息、出发地与目的地核对准确无误后发给票务。

如果游客订的双飞，就需要对接机票票务。在线计调员需要将游客往返的时间、出

发地与目的地、游客姓名及身份信息发给票务，票务就会出合适的航班，核对无误后出票(特别是时间和游客姓名)，然后报送机。

如果游客订的单卧单飞，那么，既要对接火车票票务，也要对接机票票务。

2. 地接确认

如果直接预订地接社的产品，就需要在线计调员与目的地各个服务部门确认接待服务；如果游客预订的是组团社的旅游产品，就需要向地接社确认，按照游客所订的行程，发给地接社计划。下计划前需要注意以下几点。

(1) 游客的特殊要求。

下计划前，一定要注意游客的特殊要求，如小孩和大人一起睡不占床、小孩按成人操作、3 人住一个标间等。只有备注好这些特殊要求，地接才会按照要求来安排。

(2) 提醒接站驾驶员和导游提前联系游客。

游客到了一个地方，一定要有导游接站，所以下计划前要注意提醒接站驾驶员和导游，要求他们提前联系游客。

(3) 备注行程不要随意变更。

由于行程是由组团社和游客一起确定的，因此，下计划前要在“备注栏”写明行程不要变更。若有任何变更，必须向游客解释原因，嘱咐导游让游客填写行程变更单，避免游客投诉。

7.3.5 录通知、填系统、购买保险

1. 录入出团通知书

出团通知书要在游客出发前 1 ～ 2 天录入平台，平台会自动发给游客。

(1) 火车出团通知书的内容。

① 火车站的集合时间、集合地点和集合标志。

② 送团人的联系方式。

③ 火车车次。在旅游旺季，车次信息还未确定的情况下，可在出团通知书里面填写参考车次，并备注“具体车次以出票为准”；淡季就根据已出票的车次发出团通知书。

④ 目的地接站人的联系方式。

⑤ 出发地与目的地的紧急联系人的联系方式。

⑥ 导游的联系方式。在旅游旺季，由于导游拿到计划的时间较晚，故导游会在出发前一天晚上的 22:00 前联系游客，如未联系，可致电紧急联系人；淡季就根据地接安排的导游发给游客。

⑦ 注意事项及温馨提示。

(2) 飞机出团通知书的内容。

① 到达机场的集合时间、集合地点和集合标志。

② 机场送团人的联系方式。

③ 游客往返的航班信息。



④ 目的地接机人的联系方式。

⑤ 出发地与目的地的紧急联系人的联系方式。

⑥ 导游的联系方式。在旅游旺季，由于导游拿到计划的时间较晚，故导游会在出发前一天晚上的 22:00 前联系游客，如未联系，可致电紧急联系人；淡季就根据地接安排的导游发给游客。

⑦ 注意事项及温馨提示。

2. 填报全国旅游团队服务管理系统

旅游团信息必须录入全国旅游团队服务管理系统，填报的最迟时间应该在游客出行的前一天。通过全国旅游团队服务管理系统自动生成电子版，导游、领队可在第一时间获取旅游团队电子行程单，在这个电子行程单中，食、住、行、游等一目了然，既保障了游客的利益，也保障了正规旅行社的利益。

3. 购买旅游保险

给游客购买旅游保险的时间，最迟在游客出行的前一天。保险是游客出行安全的保障，所以必须给每位出行的游客购买保险。

7.3.6　处理旅游行程中的问题

游客出行前要给游客发出团通知书，发了之后应该以紧急联系人的身份询问游客是否收到。若未收到，再给游客发一份；若收到，请游客仔细阅读出团通知书，出团通知书里面有送团人、接站人、导游、出发地与目的地的紧急联系人的联系方式。然后提醒游客提前到达火车站或飞机场。在到达目的地后询问游客是否有接站人；若没有，应及时与地接联系。

在旅游行程中关注游客在团中的情况，告知游客在行程中若有需要帮助的可及时和紧急联系人沟通，紧急联系人会尽力处理。

在旅游客行程结束后回程中，询问游客是否安排送站，若没有，应及时联系地接询问情况。在游客回到出发地时，问候游客是否安全到达。

7.3.7　后续工作

1. 建立团队档案

团队结束之后，在线计调员要整理该团的原始资料，每月的月底将该月团队资料登记存档，以备查询。所有团队资料至少要保存两年。

2. 总结工作

在线计调员对整个团队的运行工作进行总结，做得好的要表扬，做得差的要及时找出原因，吸取经验教训，便于以后把工作做得更好。

3. 及时报账

团队运行结束之后，在线计调员应尽快核算该团成本，要尽快与组团社、地接社结账。

【任务实训】

在线计调操作流程模拟

▶ 实训目的

掌握在线计调的操作流程。

▶ 实训内容

学生到学校所在地在线旅行社进行调研，了解在线计调的工作内容和工作流程。

▶ 实训步骤

第一步：学生在教师的指导下，选择本地在线旅行社。
第二步：学生了解在线旅行社的旅游产品开发、上线及维护。
第三步：学生了解在线旅游产品的销售流程。
第四步：学生了解在线旅游产品的预订和确认流程。
第五步：学生能够做好录入出团通知书、填报系统、购买保险等工作。

▶ 实训成果

每一位学生提交一份旅行社在线计调操作流程。

【任务完成】

通过本任务的学习，学生了解了在线计调的工作流程，明确了在线计调应该如何设计旅游产品，如何上线及销售旅游产品，掌握了在线旅游产品的预订、确认、录入出团通知书、填报系统、购买保险等流程。

同步练习

一、填空题

1. 在线旅游作为一个新的服务业态成型于__________年，以__________为标志，派卡及电话逐步取代门店销售成为旅游产品销售的新渠道。



2. 在机票、酒店、度假三大在线旅游产品中，__________最为标准化。

3. 作为中国领先的在线旅游服务网络，携程率先将__________的概念引入中国旅游业。

4. 2014 年，携程联合近十家在线旅游公司和线下旅行社共同发布《签证透明化新政白皮书》，定价采用“__________”方式。

5. 在线旅游产品的开发离不开线下掌控__________的组团社和掌控__________的地接社的紧密配合。

6. 旅游团信息必须录入全国旅游团队服务管理系统，填报的最迟时间应该在游客出行前__________。

7. 导游、领队可以通过全国旅游团队服务管理系统第一时间获取__________。

二、单项选择题

1. (　　)我国正式接入国际互联网，开通了网络全功能服务，开启了我国互联网发展的新时代。

A. 1994 年 4 月　　B. 1997 年 10 月　　C. 1997 年 11 月　　D. 1994 年 7 月

2. 传统 OTA 是指以(　　)为主要代理产品。

A. 机票　　B. 酒店　　C. 机票 + 酒店　　D. 自由行

3. 所谓新兴 OTA 是指以(　　)产品为特色的 OTA 型在线旅游交易服务商，目前典型代表有途牛、驴妈妈、悠哉网等。

A. 机票　　B. 酒店　　C. 自由行　　D. 度假旅游

4. “B2B+B2C”类在线旅游服务商的典型代表是(　　)。

A. 同程　　B. 到到网　　C. 马蜂窝　　D. 穷游网

5. 传统 OTA 型在线旅游交易服务商如携程、艺龙、芒果侧重(　　)。

A. 在线旅行　　B. 在线旅游　　C. 在线预订　　D. 在线咨询

6. 新兴 OTA 型在线旅游交易服务商如途牛、驴妈妈、悠哉网所涉足的是(　　)。

A. 在线旅行　　B. 在线旅游　　C. 在线预订　　D. 在线咨询

7. 国内产品一般提前(　　)左右上线。

A. 15 天　　B. 20 天　　C. 25 天　　D. 30 天

8. 国内短途产品一般需要提前(　　)预订并付款。

A. 1 ～ 2 天　　B. 3 ～ 5 天　　C. 3 个工作日　　D. 4 ～ 10 个工作日

9. 国内在线长途旅游产品一般至少需要提前(　　)预订并付款。

A. 1 ～ 2 天　　B. 3 ～ 5 天　　C. 3 个工作日　　D. 4 ～ 10 个工作日

10. 海外产品一般提前(　　)左右上线。

A. 30 天　　B. 40 天　　C. 45 天　　D. 50 天

11. 海外产品一般需要提前(　　)预订并付款。

A. 3 个工作日　　B. 4 ～ 10 个工作日　　C. 6 ～ 10 个工作日　　D. 8 ～ 10 个工作日

12. 海外产品中团队产品一般提前(　　)左右上线。

A. 30 天　　B. 60 天　　C. 90 天　　D. 120 天

13. 携程以(　　)为核心业务。

A. 机票酒店预订　B. 定制旅游　C. 短线游　D. 游记攻略

14. 途牛以(　　)为核心业务。

A. 机票酒店预订　B. 定制旅游　C. 短线游　D. 游记攻略

15. 同程以(　　)及低价销售景区门票为主要业务。

A. 机票酒店预订　B. 定制旅游　C. 短线游　D. 游记攻略

16. 马蜂窝、穷游网、面包旅行主要依靠(　　)在聚集效应下通过广告展示、内容植入等方式赢取市场。

A. 机票酒店预订　B. 定制旅游　C. 短线游　D. 游记攻略

三、多项选择题

1. 在线旅游的核心价值体现在(　　)。

A. 提供旅游相关信息　B. 提供旅游预订服务　C. 提供旅游行程

D. 提供咨询服务　E. 提供旅游服务

2. 我国在线旅游市场的进化过程，大致可划分为(　　)。

A. 传统 OTA 主导时期　B. 细分化发展时期　C. 成长时期

D. 萌芽时期　E. 多元化发展时期

3. 传统 OTA 的代表企业主要有(　　)等。

A. 芒果　B. 驴妈妈　C. 途牛

D. 携程　E. 艺龙

4. 随着(　　)等新网站的出现，正式标志着中国在线旅游产业新模式的出现。

A. 去哪儿　B. 驴妈妈　C. 途牛

D. 携程　E. 艺龙

5. 社区攻略类在线旅游服务平台的典型代表有(　　)。

A. 马蜂窝　B. 穷游网　C. 同程

D. 到到网　E. 去哪儿

6. 团购作为一种低成本的消费方式，深受广大消费者青睐，以(　　)等为代表的团购网站涉足在线旅游市场，纷纷推出团购旅游产品。

A. 窝窝团　B. 美团网　C. 大众点评网

D. 糯米网　E. 拉手网

7. 中国在线酒店产业链由(　　)构成。

A. 上游产品供应商　B. 渠道商　C. 新预订新营销渠道

D. 中间商　E. 用户

8. 中国在线度假旅游市场的前三位分别是(　　)。

A. 携程　B. 途牛　C. 艺龙

D. 同程　E. 穷游网

9. 在线度假旅游产品主要有(　　)三种。

A. 主题旅游　B. 休闲旅游　C. 海岛旅游



D. 邮轮旅游　　　　E. 体验旅游

10. 在线租车业务的特点有(　　)。

A. 渗透率低　　　　B. 增长速度快　　　C. 集中度低

D. 业务量不大　　　E. 用户量小

11. 途牛合作的第三方支付平台包括(　　)。

A. 银联在线支付　　B. 财付通　　　　　C. 快钱

D. 支付宝　　　　　E. 微信支付

四、判断题(正确的在题后括号内打“√”，错的打“×”)

1. 从企业之间的竞争策略来看，新兴 OTA 立足细分市场，采取区别于传统 OTA 的差异化发展策略。(　　)

2. 社区点评攻略类在线旅游服务平台能很好地把社交网站与广泛且价值巨大的旅游市场结合起来。(　　)

3. 在线酒店预订以携程为代表的返佣模式依然是绝对的主流模式。(　　)

4. 邮轮产品主要分布在欧美市场，欧洲和北美邮轮客源占全球邮轮客源的 87.5%。(　　)

5. 国内租车市场的集中度还很低，前五名仅占 10%。短租市场的占有率达 44%。(　　)

6. 国内产品一般提前 30 天左右上线，国内长途产品一般需要提前 1 ～ 2 天预订并付款。(　　)

7. 途牛的在线付款方式为现金和信用卡。(　　)

8. 携程的在线支付方式为网银支付和信用卡支付两种模式。(　　)

9. 一般情况下，途牛的订单都是一次确认，同程订单可以二次确认。(　　)

10. 出团通知书最迟在游客出发前 1 ～ 2 天录入平台，平台会发给游客。(　　)

五、简答题

1. 根据商业模式可以将细分化发展时期的在线旅游企业划分为哪几种类型?

2. 简述在线机票市场的发展趋势。

3. 简述在线住宿市场的发展趋势。

4. 简述在线度假旅游的发展趋势。

5. 在线旅游产品开发的流程有哪些?

6. 网上预订旅游产品需要哪些步骤?

六、案例分析题

2019 年 7 月 15 日下午，某旅行社专线部计调员小杨让同事小李在上航旅游系统上为她确认一笔旅游团款。团款价格为每人 5 340 元，但是在确定的过程中同事小李误把价格确认为 3 540 元。小李把出错的事情及时告诉了计调员小杨。小杨要求小李马上找上航旅游系统管理员小王更改价格。小王说更改价格必须要专线部和门店同时通知他们之后才能



更改。小李在系统上找到门店电话，打电话告诉了价格出错一事。结果这是客户的电话，让客户知道了内部价格，导致客户到门店去询问情况。小李把事情告诉了计调员小杨，计调员小杨从业务 QQ 上找到门店的联系方式，与门店进行了沟通，门店也与客户进行了沟通，事情才得以解决。但是，小李泄露了专线部与门店及门店与客户之间的差价，导致内部信息的泄露，让客户产生怀疑，同时也让门店对专线部的操作能力产生了质疑。

请问：该案例中小李的工作存在哪些问题？小李应该吸取哪些教训？



参 考 文 献

北京旅游发展研究基地，2014. 中国在线旅游行业研究报告 2014 [M]. 北京：旅游教育出版社 .
陈启跃，2010. 旅游线路设计 [M]. 上海：上海交通大学出版社 .
陈乾康，阙敏，2006. 旅行社计调与外联实务 [M]. 北京：中国人民大学出版社 .
郭春慧，2010. 旅行社计调实务 [M]. 上海：复旦大学出版社 .
米学俭，尚永利，2010. 旅游计调师 [M]. 北京：旅游教育出版社 .
沈小君，吴繁，2009. 旅游业务操作师 [M]. 北京：中国劳动社会保障出版社 .
孙娈，2011. 旅行社计调业务 [M]. 上海：上海交通大学出版社 .
吴国清，2006. 旅游线路设计 [M]. 北京：旅游教育出版社 .
熊晓敏，2014. 旅游圣经 [M]. 北京：中国旅游出版社 .
熊晓敏，2009. 旅行社 OP 计调手册 [M]. 北京：中国旅游出版社 .
杨晨晖，2006. 外联部操作实务 [M]. 北京：旅游教育出版社 .
叶娅丽，王彪，2010. 旅行社计调师 [M]. 北京：旅游教育出版社 .

北京大学出版社高职高专旅游系列规划教材

序号	标 准 书 号	书 名	主 编	定价	出版年份	配 套 情 况
1	978-7-301-27467-5	客房运行与管理(第 2 版)	孙亮	36	2016	电子课件，习题答案
2	978-7-301-19184-2	酒店情景英语	魏新民，申延子	28	2011	电子课件
3	978-7-301-27611-2	餐饮运行与管理(第 2 版)	王敏	38	2016	电子课件，习题答案
4	978-7-301-19306-8	景区导游	陆霞，郭海胜	32	2011	电子课件
5	978-7-301-31159-2	酒店面试英语	张媛	35	2020	电子课件
6	978-7-301-19029-6	品牌酒店英语面试培训教程	王志玉	22	2011	电子课件
7	978-7-301-19932-9	旅游法规案例教程	王志雄	36	2012	电子课件
8	978-7-301-20477-1	旅游资源与开发	冯小叶	37	2012	电子课件
9	978-7-301-20459-7	模拟导游实务	王延君	25	2012	电子课件
10	978-7-301-20478-8	酒店财务管理	左桂谔	41	2012	电子课件
11	978-7-301-20566-2	调酒与酒吧管理	单铭磊	43	2012	电子课件
12	978-7-301-20652-2	导游业务规程与技巧	叶娅丽	31	2012	电子课件
13	978-7-301-21137-3	旅游法规实用教程	周崴	31	2012	电子课件
14	978-7-301-21559-3	饭店管理实务	金丽娟	37	2013	电子课件
15	978-7-301-27841-3	酒店情景英语(第 2 版)	高文知	34	2017	电子课件
16	978-7-301-28003-4	会展概论(第 2 版)	徐静，高跃	34	2017	电子课件，习题答案
17	978-7-301-22316-1	旅行社经营实务	吴丽云，刘洁	28	2013	电子课件
18	978-7-301-29289-1	会展英语(第 2 版)	李世平，陈颖	38	2020	电子课件
19	978-7-301-22777-0	酒店前厅经营与管理	李俊	28	2013	电子课件
20	978-7-301-28186-4	会展营销（第 2 版）	谢红芹	28	2017	电子课件
21	978-7-301-31267-4	旅行社计调实务(第 2 版)	叶娅丽，陈学春	49	2020	电子课件
22	978-7-301-23013-8	中国旅游地理	于春雨	37	2013	电子课件
23	978-7-301-23072-5	旅游心理学	高跃	30	2013	电子课件
24	978-7-301-29679-0	旅游文学（第 2 版）	吉凤娟	38	2019	电子课件
25	978-7-301-23143-2	餐饮经营与管理	钱丽娟	38	2013	电子课件
26	978-7-301-23232-3	旅游景区管理	肖鸿燚	38	2014	电子课件
27	978-7-301-24102-8	中国旅游文化	崔益红，韩宁	32	2014	电子课件
28	978-7-301-24396-1	会展策划	高跃	28	2014	电子课件，习题答案
29	978-7-301-24441-8	前厅客房部运行与管理	花立明，张艳平	40	2014	电子课件，习题答案
30	978-7-301-24436-4	饭店管理概论	李俊	33	2014	电子课件，习题答案
31	978-7-301-24478-4	旅游行业礼仪实训教程(第 2 版)	李丽	40	2014	电子课件
32	978-7-301-24481-4	酒店信息化与电子商务(第 2 版)	袁宇杰	26	2014	电子课件，习题答案
33	978-7-301-29828-2	酒店市场营销(第 3 版)	赵伟丽	40	2019	电子课件
34	978-7-301-24629-0	旅游英语	张玉菲，谷丽丽	30	2014	电子课件
35	978-7-301-24993-2	营养配餐与养生指导	卢亚萍	26	2014	电子课件
36	978-7-301-30505-8	旅游客源国概况（第 2 版）	金丽娟	37	2019	电子课件
37	978-7-301-25226-0	中华美食与文化	刘居超	32	2015	电子课件
38	978-7-301-25563-6	现代酒店实用英语教程	张晓辉	28	2015	电子课件，习题答案
39	978-7-301-25572-8	茶文化与茶艺（第 2 版）	王莎莎	38	2015	电子课件，光盘
40	978-7-301-25720-3	旅游市场营销	刘长英	31	2015	电子课件，习题答案
41	978-7-301-25898-9	会展概论（第 2 版）	崔益红	32	2015	电子课件
42	978-7-301-29679-0	康乐服务与管理(第 2 版)	杨华	38	2019	电子课件
43	978-7-301-26074-6	前厅服务与管理（第 2 版）	黄志刚	28	2015	电子课件
44	978-7-301-26221-4	烹饪营养与配餐	程小华	41	2015	电子课件，习题答案
45	978-7-301-27139-1	宴会设计与统筹	王敏	29	2016	电子课件
46	978-7-301-16450-1	酒店人力资源管理	赵伟丽，孙亮	32	2018	电子课件
47	978-7-301-29104-7	民航服务英语口语实务	杨海英	30	2018	电子课件
48	978-7-301-30270-5	酒店经济法律理论与实务(第2版)	钱丽玲	39	2019	电子课件

如您需要更多教学资源如电子课件、电子样章、习题答案等，请登录北京大学出版社第六事业部官网 www.pup6.cn 搜索下载。

如您需要浏览更多专业教材，请扫下面的二维码，关注北京大学出版社第六事业部官方微信（微信号：pup6book），随时查询专业教材、浏览教材目录、内容简介等信息，并可在线申请纸质样书用于教学。



感谢您使用我们的教材，欢迎您随时与我们联系，我们将及时做好全方位的服务。联系方式：010-62750667，37370364@qq.com，pup_6@163.com，lihu80@163.com，欢迎来电来信。客户服务 QQ 号：1292552107，欢迎随时咨询。